



You have downloaded a document from  
**RE-BUŚ**  
repository of the University of Silesia in Katowice

**Title:** #MaszTowCinibie : biblioteka w przestrzeni mediów społecznościowych

**Author:** Aleksandra E. Adamczyk, Anna Szumiec, Katarzyna Wszyńska

**Citation style:** Adamczyk Aleksandra E., Szumiec Anna, Wszyńska Katarzyna. (2021). #MaszTowCinibie : biblioteka w przestrzeni mediów społecznościowych. "Bibliotheca Nostra" nr 1 (2021), s. 22-34



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## **#MASZTOWCINIBIE BIBLIOTEKA W PRZESTRZENI MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

**W**irtualizacja usług świadczonych przez biblioteki jest procesem nieustannie przyspieszającym i zjawiskiem nieodwracalnym. Wiele współczesnych bibliotek sprawnie funkcjonuje w strefie online, wykorzystując do realizacji zadań coraz bogatszy wachlarz narzędzi otwierających kolejne możliwości i nowe kanały komunikacyjne. Mowa tutaj zarówno o powiększaniu zasobów cyfrowych, tworzeniu nowych platform pozwalających na zdalny dostęp do zasobów repozytoryjnych, jak i sposobach porozumiewania się z użytkownikami. Magdalena Wójcik pisząc o obecności bibliotek w Internecie, podkreśla, że storna internetowa księżnicy musi być „integralną częścią biblioteki i jej najlepszą wizytówką, a także częścią globalnej komunikacji sieciowej osadzonej w określonym standardzie” (Wójcik, 2018, s. 103). Wspomniana globalna komunikacja sieciowa współtworzy wizerunek biblioteki, świadczy o zaangażowaniu w proces porozumiewania się z czytelnikami, potrzebie bycia na bieżąco i docierania z informacją do jak najszerszego grona odbiorców.

Szczególnie istotną rolę w wizualizacji usług bibliotek odgrywają media społecznościowe. Od kilkunastu lat ich znaczenie w tym zakresie rośnie. Coraz bardziej zaawansowane technologie internetowe i mobilne stwarzają nowe możliwości, lecz też obligują do podążania za nimi, śledzenia zmian i dostosowywania kanałów komunikacyjnych do potrzeb odbiorców. Interakcje pomiędzy czytelnikami a bibliotekami tworzą „nową kulturę uczestnictwa społecznego” (Mielczarek, 2013, s. 179) rządzącą się, jak każda kultura, swoimi zasadami.

---

<sup>1</sup> Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach/ Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka.

<sup>2</sup> Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach/ Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka.

<sup>3</sup> Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach/ Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka.



**Il. 1.** Emblemat zaprojektowany dla mediów społecznościowych CINiB-y. Źródło: Opracowanie graficzne Aleksandra E. Adamczyk na podstawie oryginalnego logo autorstwa Mariana Oslisło

Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka (dalej: CINiBA) to wspólna ksiąźnica dwóch katowickich uczelni: Uniwersytetu Śląskiego i Uniwersytetu Ekonomicznego. Centrum, poprzez nowoczesne zaplecze informacyjno-multimedialne, gwarantuje wsparcie dla edukacji, kultury i biznesu. Oprócz zaawansowanej strony internetowej [www.ciniba.edu.pl](http://www.ciniba.edu.pl) umożliwiającej nie tylko zaspokojenie potrzeb informacyjnych, lecz i stanowiącej portal z dostępem do usług elektronicznych, baz danych, szybkiej komunikacji z bibliotekarzem, prowadzi konto na Facebooku (@ciniba.official, <https://www.facebook.com/CINiBA.official>), Instagramie (CINiBA\_Official, [https://www.instagram.com/ciniba\\_official/](https://www.instagram.com/ciniba_official/)), Twitterze (@CINiBA\_, [https://twitter.com/CINiBA\\_](https://twitter.com/CINiBA_)), LinkedInie ([linkedin.com/company/ciniba](https://www.linkedin.com/company/ciniba)), YouTubie (CINiBA official, <https://www.youtube.com/channel/UC0O2vmkA0LvFDxMLfiSYLg>) (zob. Il. 1). Szkic przybliża działalność biblioteki w zakresie mediów społecznościowych, koncentrując się głównie na profilu facebookowym. Omówiono najistotniejsze aktywności podejmowane w ramach opracowanej strategii promocji ksiąźnicy. Jednym z zadań, które stawia sobie CINiBA, jest dbanie o jakość kształcenia oraz umożliwienie środowisku akademickiemu i innym zainteresowanym użytkownikom dostępu do najnowszych źródeł informacji wspierających naukę i kulturę. Strona internetowa i media społecznościowe stanowią przydatne narzędzia pozwalające realizować tę misję.

## Wybrane aktywności i cykle tematyczne prezentowane na kanałach mediów społecznościowych CINIb-y

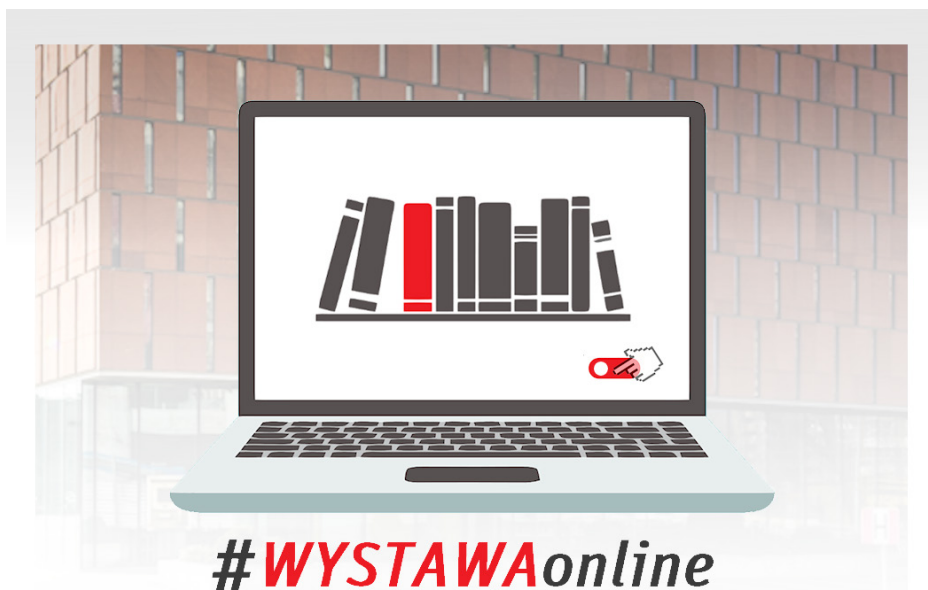
CINIbA, funkcjonująca przede wszystkim jako instytucja akademicka, zorientowana jest na umożliwienie czytelnikom powszechnego i dogodnego dostępu do źródeł wiedzy ogólnej oraz specjalistycznej. Swobodne korzystanie z materiałów naukowych (w formie tradycyjnej oraz elektronicznej) sprzyja kształtowaniu w użytkownikach biblioteki pewnej samodzielności w poszukiwaniach interesujących zbiorów, jak również ich umiejętnej selekcji. CINIbA oferuje wsparcie w zakresie dostępu do źródeł, pełni także funkcję swoistego przewodnika, wskazującego możliwości nowoczesnej ksiąźnicy – niezwykle efektywna okazuje się tutaj pomoc mediów społecznościowych i innych sposobów komunikacji z czytelnikami. Funkcjonujący w przestrzeni platformy YouTube kanał biblioteki wpisuje się w ideę „dla nauki”, proponując filmowe instrukcje korzystania z poszczególnych źródeł elektronicznych (np. baz Academic Research Source eJournals, CEJSH, CEEOL). Wprowadzając na stronę internetową oraz do przestrzeni mediów społecznościowych koncepcję „dla nauki”, biblioteka podkreśla fakt, że jest instytucją wspierającą edukację i rozwój intelektualny oraz służy pomocą w zakresie informacji naukowej, kwerend, czy dokumentowania dorobku pracowników. Materiały realizujące tę ideę, rozpowszechniane również poprzez stronę Facebooka (#CINIbAonline, #ŹródłaElektroniczne, #BibliotekaOnline, zob. Il. 2), pozwalają na indywidualne zapoznawanie się z szerokim *spectrum* narzędzi, jakimi dysponuje ksiąźnica, a które, w trudnym okresie obostrzeń związanych z pandemią koronawirusa (ale nie tylko), stanowią nieocenione źródło pomocy na przykład w redakcji prac dyplomowych.

Kultura słowa, nierozzerwalnie związana z przestrzenią biblioteki, stanowi jeden z głównych tematów CINIb-owych postów w social mediach. Facebookowe, instagramowe i twitterowe polecenia spotkań z autorami, badaczami, informacje o konferencjach, seminariach, wystawach, wycieczkach i innych wydarzeniach organizowanych lub współorganizowanych przez CINIb-ę i odbywających się w Centrum i regionie (#WydarzeniewCinibie, #WystawawCinibie, zob. Il. 3), wzbogacone fotorelacjami czy grafikami, cieszą się popularnością zarówno wśród społeczności akademickiej, jak i mieszkańców regionu. Co ważne, ksiąźnica regularnie przedstawia minirecenzje publikacji oraz produkcji filmowych znajdujących się w zbiorach bibliotecznych (#MaszTowCinibie, #CinibowaMediateka), pozwalające na zapoznanie się czytelników z dostępnymi materiałami, nawet w czasie obostrzeń związanych z ograniczeniem funkcjonowania Centrum. W prowadzenie strony zaangażowanych jest na stałe dwóch redaktorów oraz osoba zajmująca się opracowaniem graficznym postów. Warto zaznaczyć, że do współpracy zaproszeni są także pracownicy Biblioteki, którzy chętnie podejmują interesujące ich tematy. Dzięki temu na przykład cykl poświęcony filmowi jest przygotowy-



**#CINiBAonline**

**II. 2.** Emblemat dla usług online CINiBA. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk



**#WYSTAWAonline**

**II. 3.** Emblemat dla wystawy online CINiBA. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk



II. 4. Przykłady grafik do postów prezentowanych w ramach cyklu #RokTyrmandowski i #OdbierzWKsiążkomacie. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk

wany przez miłośników kina, a śledzący na bieżąco rynek książki recenzują nowości wydawnicze. Taka koncepcja prowadzenia kanałów w mediach społecznościowych przekłada się na odbiór wpisów, które, tworzone przez pasjonatów, wzbudzają zainteresowanie czytelników.

Wpisy nawiązują często do bieżących uroczystości i świąt, również tych mniej popularnych, przez co zasoby Biblioteki prezentowane są w sposób różnorodny i wielospecjalistyczny. Opisy zbiorów układane są w formie postów tematycznych (jak na przykład #RokTyrmandowski), łącząc aktywności w przestrzeni kultury z bibliografią dostępną w księżnicy (zob. II. 4).

Na szczególną uwagę zasługują także cykle promujące czytelnictwo (zob. II. 5 i 6): w roku 2020 i 2019 były to m.in. #KsiążkawPlecaku, prezentujący propozycje lektur w okresie letnim oraz #WieczoryzKsiążka, publikowany w sezonie jesienno-zimowym. Wpisy owe zawierały krótką recenzję polecanej książki, często opatrzoną cytatem oraz zdjęciem lub grafiką zachęcającymi do zajrzenia na biblioteczną półkę.

CINiBA dba o promocję wydawnictw najnowszych. Informacje o bieżących publikacjach książkowych zamieszczane są w facebookowym cyklu minire-





II. 5. Przykłady postów z rekomendacjami książkowymi w ramach cyklu #książkawPleaku i #MaszTowCinibie. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk

cenzi (#NowościWydawnicze, #NowościKsiążkowe, #WiosnazCiniba). Wśród propozycji znajdują się m.in. reportaże, biografie, pozycje popularnonaukowe. Czytelnik zauważa zatem, że książnica oferuje szybki dostęp nie tylko do materiałów archiwalnych czy naukowych bibliografii, lecz również do nowych pozycji literatury pięknej, podróżniczej, biograficznej. CINiBA zatem obserwując współczesny rynek książki, odpowiada na aktualne potrzeby użytkowników.

Oczekiwania czytelników wobec biblioteki są zróżnicowane. Jednym ze sposobów zainteresowania ich zbiorami Centrum wydaje się zatem przedstawienie książnicy jako „biblioteki otwartej”, zorientowanej na to, aby każdy gość czuł się w niej mile widziany – kwestia ta dotyczy zarówno przestrzeni rzeczywistej, jak i kanałów mediów społecznościowych. W 2019 r. na facebookowym profilu CINiB-y ruszył cykl postów #książkizTornistra, skierowany do dzieci i młodzieży (a więc potencjalnych przyszłych użytkowników), ale i do czytelników, którzy z radością przypomnieli sobie lektury swojego dzieciństwa takich autorów, jak na przykład Lucy Maud Montgomery, Tove Jansson, Astrid Lindgren, Ewa Szelburg-Zarembina czy Franciszka i Stefan Themersonowie (zob. II. 7).



II. 6. Przykłady postów z rekomendacją książkową dla cyklu #WieczoryZKsiążką i zapowiedzią postów i wystawy w ramach Roku Tyrmandowskiego. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk

Media społecznościowe odgrywają także niebagatelną rolę w sytuacji obostrzeń związanych z pandemią koronawirusa. Stanowią jeden z głównych kanałów komunikacji z czytelnikami – na profilach pojawiają się wszelkie aktualności związane z funkcjonowaniem biblioteki w nowych realiach, użytkownicy mogą też wysłać wiadomość z zapytaniem i szybko uzyskać potrzebną informację. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom czytelników, Centrum wprowadziło szereg udogodnień, takich jak na przykład usługa książkomatu, umożliwiającą bezkontaktowy odbiór zamówionych pozycji. Cykl #OdbierzWKsiążkomacie, jak wspomniany wyżej #MaszTowCinibie, prezentuje zbiory książnicy, przypominając jednocześnie użytkownikom o możliwości skorzystania z nowej formy udostępniania materiałów (zob. Il. 8).

Inny rodzaj postów cyklicznych stanowią wpisy przedstawiające aktywności „okołobiblioteczne”, które służą całej społeczności użytkowników oraz mieszkańcom regionu. Inicjatywa powstała w czasie wakacji 2019 r. – #SunnyCiniba, umożliwiająca wypożyczanie leżaków i korzystanie z nich na zewnętrznych terenach Centrum, cieszyła się wielką popularnością



wśród odbiorców bibliotecznych mediów społecznościowych. Korespondując z ideą postów #KsiążkawPlecaku, stanowiła atrakcyjną formę spędzania czasu w przestrzeni kultury.

Z kolei w okresie wiosenno-letnim 2020 r. powstał cykl poświęcony przynależnemu CINIb-ie ogrodowi, wpisującemu się w model tworzenia miejskich łąk kwiatnych (#CinibowaŁąka). Projekt nawiązuje do wcześniejszych działań Centrum: od początku istnienia profili książki w mediach społecznościowych publikowane są na nich wpisy zawierające fotografie poszczególnych fragmentów bibliotecznych zielonych obszarów oraz dokumentujące zajęcia ogrodowe pracowników. Idea ta wzbudza zainteresowanie oraz sympatię odbiorców, a inicjatywa „ekoCINIb” okazuje się służyć nie tylko czytelnikom biblioteki, lecz i mieszkańcom Katowic.

### Graficzne opracowanie postów

Obok merytorycznego materiału tekstowego istotną kwestię w skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych stanowi przemyślana i spersonalizowana grafika. Podkreślają to zarówno własne obserwacje, jak



Il. 7. Przykłady postów z zapowiedzią cyklu zatytułowanego #książkizTornistra i rekomendacją książkową. Źródło: Opracowanie graficzne: Aleksandra E. Adamczyk



**II. 8.** Przykłady realizacji w ramach cykli #MaszTowCinibie i #OdbierzWKsiążkomacie. Źródło: Opracowanie graficzne emblematów: Aleksandra E. Adamczyk

i informacje, jakimi dzielą się ze sobą influencerzy, specjaliści od *public relations* oraz badacze tego obszaru (Pulak, Wieczorek-Tomaszewska, 2011). Odpowiednio opracowany materiał przyciąga uwagę i generuje o wiele wyższe zasięgi i statystyki. Ze względu na ten fakt realizacja oprawy graficznej CINiB-owych wpisów została pomyślana w taki sposób, aby wzbudzić zainteresowanie proponowanymi rekomendacjami wydawniczymi oraz wydarzeniami, takimi jak warsztaty, szkolenia, konferencje, czy spotkania edukacyjno-informacyjne, a także po to, aby budować i wzmacniać więzi z osobami odwiedzającymi fanpage.

Jednym z istotnych elementów identyfikujących serie tematyczne było opracowanie wizualnego, rozróżnialnego oznaczenia dla poszczególnych cykli. Wszystkie zostały uzupełnione o właściwy „hashtag”. Koncepcja kompozycji dla poszczególnych grafik lub emblematów opiera się na:

- kolorystyce – korespondującej z estetyką znaku oficjalnego logotypu Centrum oraz barwami zastosowanymi w architekturze wnętrza biblioteki;
- typografii (dobrze czcionki) – w przeważającej części postom towarzyszą podpisy utworzone za pomocą spersonalizowanej czcionki firmowej UnitPro;

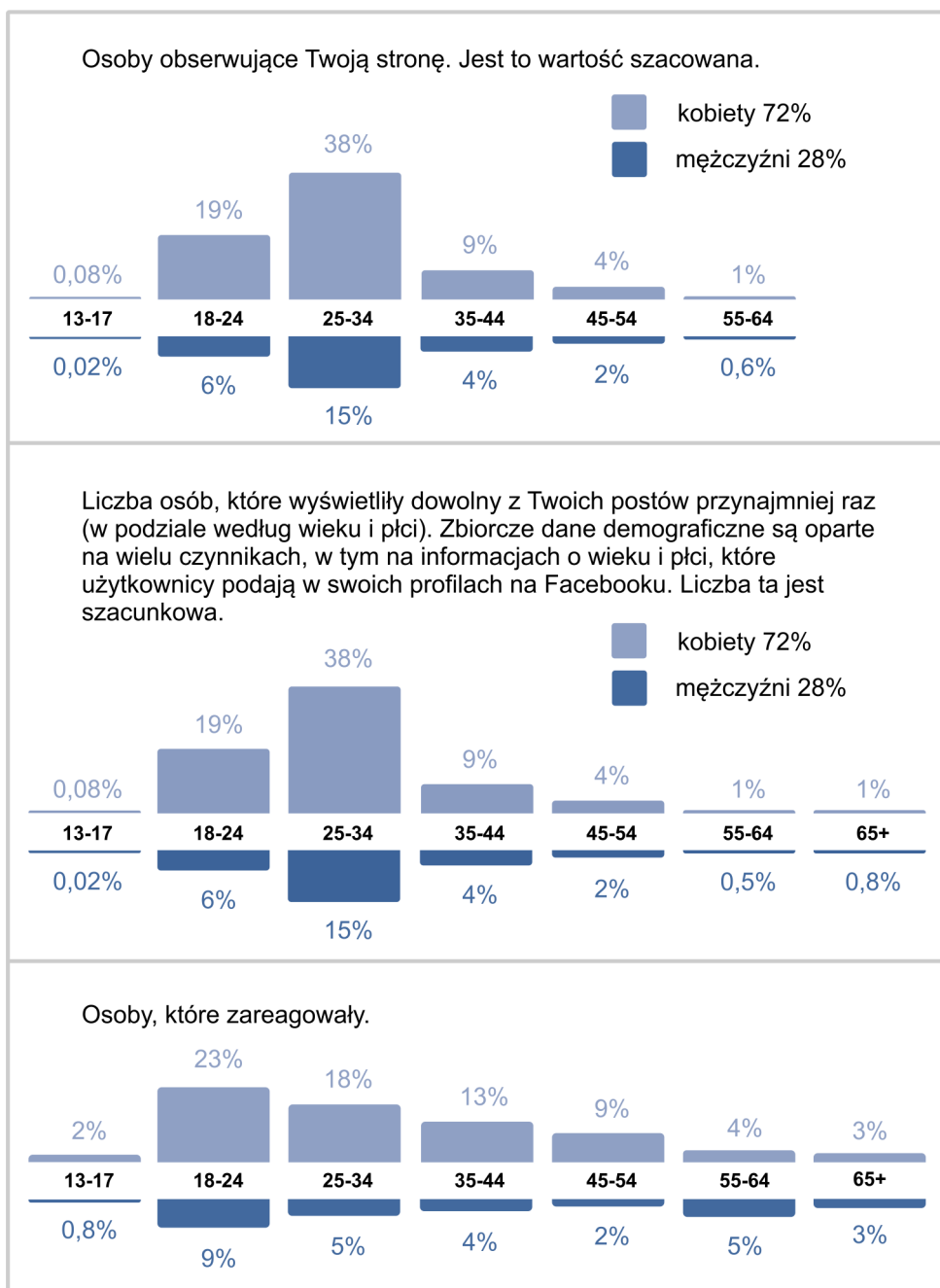
- układzie – zaplanowanym odrębnie dla prezentacji ofert książkowych, rekomendowanych źródeł elektronicznych, wydarzeń czy usług.

W celu urozmaicenia sposobów informowania o zasobach bibliotecznych lub wydarzeniach, obok statycznego emblematu, stosowane są inne formy prezentacji, takie jak filmy, animacje, infografiki. W promowaniu postów zrezygnowano z gotowych rozwiązań. Dedykowane szablony zostały opracowane na podstawie harmonogramu wydarzeń, świąt, propozycji źródeł tradycyjnych i elektronicznych, a także recenzji książek publikowanych w ramach zaplanowanych cykli.

### **Wybrane dane statystyczne (Facebook)**

Wśród użytkowników Centrum, pełniącego rolę biblioteki głównej dwóch katowickich uczelni, najliczniejszą grupę reprezentują studenci i doktoranci. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w statystykach generowanych przez profil facebookowy, gdzie większość obserwujących i reagujących na wpisy stanowią osoby w przedziałach wiekowych 18-24 oraz 25-34 lata. CINIb-owe konto obserwuje obecnie 4711 osób, a całkowita liczba polubień strony wynosi 4728 (dane na dzień 24.09.2020 r.). W roku akademickim 2019/2020 profilem zainteresowało się ponad 420 nowych użytkowników – znaczny wzrost można było zaobserwować w okresie wiosennym, co świadczy o jeszcze większej potrzebie korzystania z zasobów biblioteki online w czasie zaostrzonych przepisów epidemiologicznych. Szczegółowo grupę odbiorców przekazywanych treści charakteryzują poniższe statystyki.

Ponadto należy dodać, że wśród odbiorców profilu przeważającą większość stanowią kobiety, zarówno wśród fanów, osób obserwujących, jak i reagujących na zamieszczane treści. Najmniejsze zainteresowanie strona wzbudza u osób w przedziale wiekowym 13-17 lat oraz powyżej 65 roku życia. Statystyki te wydają się zrozumiałe ze względu na akademicki charakter biblioteki i większości świadczonych przez nią usług. W ciągu ostatnich miesięcy największą popularnością wśród postów cieszył się komunikat dotyczący uruchomienia w CINIb-ie nowej usługi – książkomatów. Wpis dotarł do ponad 23 000 odbiorców i uzyskał powyżej 130 reakcji. Dane te świadczą o potrzebie dostępu użytkowników do materiałów bibliotecznych w tradycyjnej formie, która nasiliła się głównie w okresie sesji egzaminacyjnych. Wspomniane rozwiązanie było bezpieczne, gdyż nie wymagało bezpośredniego kontaktu z bibliotekarzem. Usługa cieszyła się ogromną popularnością – od 27 kwietnia do końca czerwca 2020 r. za pośrednictwem książkomatów zostało wypożyczonych ponad 2000 książek. Podobne zainteresowanie wzbudzały także inne posty dotyczące funkcjonowania biblioteki w czasie pandemii, a przede wszystkim otwierania kolejnych jej oddziałów dla czytelników.



II. 9. Statystyki strony na Facebooku wygenerowane 24.09.2020 r. Źródło: Oprac. własne

## #BibliotekaOtwarta

Media społecznościowe okazują się cennym narzędziem zarówno z perspektywy czytelnika, jak i redaktora. Nić porozumienia nawiązana za ich pośrednictwem pozwala na rozeznanie potrzeb użytkowników i możliwie szybką reakcję na nie. Dzięki cyberkomunikacji dialog z odbiorcą staje się mniej formalny, przyjazny, bardziej bezpośredni. Jak zauważają Paweł Mildner i Marzena Zgorzelska: „Regularne administrowanie kanałem komunikacyjnym sprzyja ociepleniu wizerunku biblioteki i jej personalizacji” (Mildner, Zgorzelska, 2016, s. 48). Z drugiej strony, działania podejmowane na kanałach społecznościowych wpisują się w strategię kreowania systemu identyfikacji CINIb-y. Wizualna oprawa postów wyróżnia je na tle innych profili o podobnej tematyce. Spójny, budowany systematycznie system znaków graficznych jest czytelny oraz jasny w interpretacji. Taki język funkcjonuje w wirtualnej przestrzeni jako uniwersalny i zindywidualizowany zarazem. CINIb-a, jako „biblioteka otwarta” – na czytelników, nowe pomysły i rozwiązania, odpowiadająca na bieżące potrzeby i idąca z duchem czasu, dba o korzystanie ze wszystkich możliwości oferowanych przez dostępne kanały komunikacyjne oraz o wzmacnianie więzi ze społecznością czytelniczą.

## Bibliografia

- Mielczarek, I. (2013). Polub, tweetnij, przepnij... WEB. 2.0 w bibliotekach. W: Z. Osiński, R. Malesa (red.), *Biblioteka. Książka. Informacja. Internet 2012*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Mildner, P., Zgorzelska, M. (2016). Kształtowanie więzi czytelnik-biblioteka. W: M. Świrad, B. Żmigrodzka (red.), *Biblioteka na miarę. Przestrzeń, zasoby, usługi*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Pulak, I., Wieczorek-Tomaszewska, M. (2011). Infografika. Graficzne piękno informacji. W: *Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Wydział Pedagogiczny. Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej. Sympozjum „Człowiek – media – edukacja”*. [referat wygłoszony na 21. Ogólnopolskim Sympozjum Naukowym „Człowiek – media – edukacja”. Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Wydział Pedagogiczny, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych, 23-24 września 2011]. Pobrane 29 września 2020, z <http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2011/referaty2011/pulak.pdf>
- Wójcik, M. (2018). *Rozszerzona rzeczywistość w usługach informacyjnych bibliotek*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.



**Aleksandra E. Adamczyk, Anna Szumiec, Katarzyna Wszyńska**

**#MaszTowCinibie**

***The library in the social media space***

**Abstract**

This paper focuses on the use of social media in The Scientific Information Center and Academic Library in Katowice. It outlines the role of communication channels in the process of interacting with users in a modern library. The paper discusses the essence of a visual identification system, and explains the importance of developing one for the academic library in Katowice.

**Keywords:** library, The Scientific Information Centre and Academic Library in Katowice, cyberspace, Facebook, visual identification, social media

**Aleksandra E. Adamczyk, Anna Szumiec, Katarzyna Wszyńska**

**#MaszTowCinibie**

***Biblioteka w przestrzeni mediów społecznościowych***

**Streszczenie**

Szkic koncentruje się wokół funkcjonowania Centrum Informacji Naukowej i Bibliotece Akademickiej w Katowicach w przestrzeni mediów społecznościowych. Podejmuje rolę kanałów komunikacyjnych w procesie budowania relacji z użytkownikami. Zwraca uwagę na istotę i znaczenie tworzenia systemu identyfikacji wizualnej w katowickiej księżnicy akademickiej, dowodzi że social media stanowią ważny kanał komunikacyjny między biblioteką a społecznością czytelników.

**Słowa kluczowe:** biblioteka, Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka w Katowicach, cyberprzestrzeń, Facebook, identyfikacja wizualna, media społecznościowe