

Beata Leńczuk-Bachmińska
Gminna Biblioteka Publiczna
Radziechowy-Wieprz

Globalne narzędzia, lokalna komunikacja

Streszczenie: *Na przykładzie Gminnej Biblioteki Publicznej Radziechowy-Wieprz omówiono w tekście wykorzystanie witryn WWW, serwisów społecznościowych oraz ankiet on-line w pracy bibliotekarza. Przedstawiono wyzwania i korzyści związane z wykorzystywaniem tych narzędzi w budowaniu pozytywnego wizerunku instytucji, komunikacji z użytkownikami oraz w badaniu ich potrzeb.*

Słowa kluczowe: *wizerunek biblioteki, technologie w bibliotece*

Wiele uwagi poświęca się ostatnio miejscu biblioteki we współczesnej, z informatyzowanej rzeczywistości. Dominacja mediów cyfrowych oraz kryzys czytelnictwa przy powszechnym dostępie do rozrywki i informacji to czynniki, które budzą zrozumiałe obawy i są źródłem apeli o określenie roli bibliotek w dzisiejszym świecie.

W artykule chciałabym jednak poświęcić kilka słów nie zagrożeniom i wyzwaniom związanym z wciąż trwającą rewolucją technologiczną, ale kilku niezastąpionym narzędziom, które dostajemy do swoich rąk. Ściślej rzecz ujmując, skupię się na środkach usprawniających komunikację z użytkownikiem — bibliotecznych witrynach WWW, serwisach społecznościowych i ankietach on-line. Ilustrując konkretne tezy, pozwolę sobie powoływać się na doświadczenia Gminnej Biblioteki Publicznej Radziechowy-Wieprz, instytucji, z którą jestem związana zawodowo. Siłą rzeczy poniższy artykuł odnosi się raczej do placówek niewielkich, prowincjonalnych — choć sądzę, że przynajmniej pewne zjawiska, o których wspominać mają charakter uniwersalny.

Strona internetowa biblioteki w Radziechowym-Wieprzu¹ zadebiutowała w 2010 r. Konstrukcja witryny oparta została na (oprogramowaniu) Joomla! Ze względu na brak komputerowego katalogu zbiorów, rola strony ograniczona była do prezentowania nowości czytelniczych i stała się drugim zdalnym (obok telefonu) kanałem składania zamówień i rezerwacji książek. W 2012 r. nasza biblioteka wzięła udział w pilotażowym wdrożeniu systemu identyfikacji wizualnej — oprócz wielu innych usprawnień, również strona internetowa biblioteki doczekała się unowocześnienia. Otrzymała nową szatę graficzną przygotowaną przez profesjonalnych projektantów, rozszerzyła się też jej funkcjonalność. Niemal równocześnie z pierwszą wersją witryny biblioteka otrzymała konto na portalu społecznościowym nk.pl (wówczas nasza-klasa.pl). O ile początkowo do kontaktu z coraz szerszym gronem użytkowników wystarczał jeden portal, to wkrótce okazało się, że nasza-klasa traci na popularności na rzecz Facebooka. Podążając za obecnymi i potencjalnymi użytkownikami, założyliśmy biblioteczne konto także i na tym portalu. Wkrótce też ujawnił się dość wyraźny podział demograficzny: z nk.pl najchętniej korzystają dorośli powyżej czterdziestego roku życia oraz dzieci, z Facebooka przede wszystkim młodzież, ale też przedstawiciele firm i instytucji.

¹ Gminna Biblioteka Publiczna Radziechowy-Wieprz [on-line]. [Dostęp 24.11.2012]. Dostępny w World Wide Web: www.gbp.radziechowy-wieprz.pl.



Il. 1. Nowa szata graficzna strony WWW Biblioteki.
Fot. Beata Leńczuk-Bachmińska

Specyfika pracy bibliotekarza w niewielkiej społeczności wiejskiej objawia się między innymi tym, że nie jest łatwo ściągnąć do biblioteki nowych czytelników. Wprowadzenie naszej placówki w poczet organizacji korzystających z portali społecznościowych miało na celu utwalenie kontaktu z obecnymi użytkownikami i pozyskanie nowych, a także dotarcie do jednych i drugich z nowym wizerunkiem biblioteki.



Il. 2. Biblioteka.
Fot. Beata Leńczuk-Bachmińska

Postanowiliśmy zadziałać kompleksowo. Przede wszystkim — jak to się przyjęło mówić — „zapraszamy do znajomych” wszystkich mieszkańców gminy, niezależnie od tego, czy korzystali dotąd z usług biblioteki. GBP Radziejewo-Wieprz przeplaca czasem tę taktykę tymczasową blokadą opcji „zaproś”. Ogromna większość osób, do których kierujemy swoje zaproszenia przyjmuje je jednak; uznajemy więc, że tego rodzaju blokady stanowią niewielką cenę za systematyczne poszerzanie się grupy, do której możemy kierować informacje o naszych działaniach. Oczywisty jest fakt (choć być może wart przypomnienia), że posiadanie licznego grona „znajomych” nie wystarcza. Konieczna jest ciągła aktualizacja prezentowanych informacji; na bieżąco powiadamiamy użytkowników o naszych działaniach, informujemy o ciekawych imprezach i wydarzeniach nie tylko z „naszej branży”, zamieszczamy linki i zdjęcia. Bardzo przydatnym narzędziem okazała

się przy tym istniejąca na Facebooku możliwość stwarzania powiadomień o wydarzeniach, a następnie zapraszania na nie innych użytkowników portalu. Skuteczność prezentowania powiadomień na ogólnych kanałach (Śledzik na nk.pl, Tablica na Facebooku) jest bowiem niewielka — a to ze względu na panujący na nich szum informacyjny. Planując działania promocyjne za pomocą portali społecznościowych, warto też pamiętać o dużym zainteresowaniu użytkowników konkursami (np. biblioteka w Wieliczce prowadzi akcję „Polub nas, a weźmiesz udział w losowaniu aparatu fotograficznego”).



Il. 3. Profil biblioteki na Facebooku

Portale społecznościowe to nie tylko kanał, za pomocą którego możemy informować o działalności placówki i egzekwować zwrot książek. To również doskonała platforma do gromadzenia informacji o oczekiwaniach i potrzebach użytkowników — na przykład za pomocą ankiet on-line (darmowe moje-ankiety.pl, ankieta.pl czy interankiety.pl).

Badania tego rodzaju są nieodzowne przy planowaniu ogólnego rozwoju instytucji, ale też nie sposób przecenić ich znaczenia w przygotowaniu konkretnych przedsięwzięć. W idealnej sytuacji sami użytkownicy powinni zgłaszać zapotrzebowanie na konkretne pozycje książkowe, kursy czy warsztaty. Niestety, w praktyce często jest tak, że bardzo niewielki procent użytkowników „waży się” na jakiegokolwiek sugestie — górę bierze głęboko zakorzeniony dystans do instytucji publicznych, niewiedza albo zwykły brak śmiałości. Często sami pracownicy bibliotek zaniedbują promowanie swojej placówki jako instytucji otwartej na informację zwrotną i czulej na potrzeby lokalnej społeczności, choć z drugiej strony są pomysłodawcami wielu bibliotecznych przedsięwzięć. I dopiero w trakcie przygotowania spotkania autorskiego, konkursu czy innej imprezy pojawiają się pytania o to, czy dana akcja wzbudzi zainteresowanie i komu w ogóle ma służyć.

Oczywiście w takiej sytuacji przy pomocy portali społecznościowych możemy zbudować zainteresowanie wokół działania, zachęcić do uczestnictwa w nim i skutecznie je wypromować. Dużo bardziej komfortowe — i pożyteczne — jest jednak odpowiadanie na istniejące już potrzeby zidentyfikowanej grupy odbiorców. Rozpoznaniu tych potrzeb przede wszystkim służąankiety na portalach społecznościowych prowadzone przez bibliotekę w Radziechowym-Wieprzu. W ostatnim czasie przebadaliśmy m.in. uczniów trzech gimnazjów działających na terenie gminy. Skonstruowanie składającej się z piętnastu pytańankiety nie trwało więcej niż pół godziny. Uczniowie wypełniali ankietę na lekcjach informatyki i wychowawczych, poświęcając na to średnio od czterech do jedenastu minut. Wyniki rejestrowane były na bieżąco i po trzech dniach mieliśmy do dyspozycji przekrój potrzeb kulturalnych i edukacyjnych dwustu czterdziestu

gimnazjalistów. Oczywiście, w przetwarzaniu informacji zwrotnej potrzebna jest konsekwencja — ważne jest, aby ci, którzy są świadkami działań biblioteki i kierują do nas swoje komunikaty, mieli poczucie uczestnictwa w dialogu. Jeśli pytamy „znajomych”, jakie książki powinniśmy do biblioteki zakupić, następnym krokiem będzie zaprezentowanie na portalu tych właśnie tytułów jako dostępnych nowości.

Warto nadmienić, że GBP Radziechowy-Wieprz funkcjonuje na Facebooku i nk.pl niejako mimochodem. Nie spędzamy niezliczonych godzin nad dopieszczaniem naszego profilu, nie próbujemy uczynić go „wyjątkowym” czy „niepowtarzalnym”. O wiele bardziej zależy nam na tym, by stał się trwałym elementem wirtualnego krajobrazu naszej społeczności. Stąd dbałość o to, by odpowiadać na pytania i konsekwentnie prezentować nowości i wydarzenia związane z naszą placówką — a na to wystarczy kilka chwil w ciągu dnia. Chcemy, żeby biblioteka była miejscem stale obecnym w świadomości mieszkańców naszej gminy. Dlatego walczymy o nią także w Internecie.

O zrozumieniu wagi Internetu w środowisku bibliotekarskim świadczy fakt, że coraz więcej placówek, nawet niewielkich, inwestuje we własną stronę WWW czy sieciowy katalog zbiorów. Coraz więcej bibliotek można też spotkać na Facebooku, nk.pl, czy Tweeterze. Od kilku lat także wykorzystanie komunikatorów internetowych w rodzaju Gadu-Gadu czy Skype'a w komunikacji z użytkownikiem jest już właściwie codziennością. Biblioteki, podobnie jak inne instytucje publiczne, zmuszone są nadążać za rozwojem technologii informacyjnych. Wierzę, że wszędzie tam, gdzie ma miejsce przepływ informacji i otwarcie dostępu do wiedzy, istnieje miejsce dla biblioteki. Rezygnacja z wykorzystania współczesnych narzędzi skazałaby nas na niebyt nie tylko w sieci, ale i w świadomości użytkowników.



*Il.4.. Prezentacja systemu identyfikacji wizualnej naszej biblioteki podczas międzynarodowych targów bibliotecznych w Kijowie-maj 2012-na, od lewej Beata Leńczuk-Bachmińska z GBP Radziechowy-Wieprz.
Fot. Katarzyna Morawska.*

Odruchowo przypisujemy komunikacji internetowej charakter globalny i masowy. Brak bariery odległości zachęca do kontaktowania się z odbiorcami na całym świecie, do budowania wspólnot i grup opartych jedynie na płaszczyźnie podobnych, lub identycznych zainteresowań, w kompletnym oderwaniu od pojęcia regionu. Okazuje się jednak, że nawet w Internecie miewamy tendencję do poszukiwania „swoich”. Portal nk.pl był początkowo forum wymiany informacji absolwentów tych samych szkół — i właśnie jako taki utorował sobie drogę do popularności. Również prototyp Facebooka powstawał jako serwis zrzeszający studentów jednego uniwersytetu.

I chociaż GBP Radziechowy-Wieprz pozostaje w kontakcie z wieloma instytucjami w Polsce i zagranicą, to codzienna praca z Internetem (i portalami społecznościowymi) najczęściej ogranicza się do poziomu lokalnego — z naszymi użytkownikami, innymi organizacjami w regionie i ogółem miejscowej społeczności. Nasza oferta skierowana jest przecież do lokalnego odbiorcy i to na nim nam najbardziej zależy. Fakt, że korzystamy przy tym z narzędzi kojarzących się z globalizacją, nie czyni nas samych w żaden szczególny sposób bardziej „globalnymi”.