

Paulina Artymiuk-Broda

p.artymiuk-broda@pollub.pl

Łukasz Tomczak

l.tomczak@pollub.pl

Centrum Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Lubelskiej

Komunikacja wizualna w działalności promocyjnej, informacyjnej i edukacyjnej CINT PL

Streszczenie: Artykuł prezentuje wykorzystanie komunikacji wizualnej w zadaniach promocyjnych, informacyjnych oraz edukacyjnych Centrum Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Lubelskiej. Działania te skierowane są głównie do młodych użytkowników (studentów) i realizowane za pomocą podstawowych środków przekazu komunikacji wizualnej: ilustracji, fotografii, typografii, infografiki, filmu czy animacji.

Słowa kluczowe: biblioteki akademickie, komunikacja wizualna, media społecznościowe, Politechnika Lubelska, użytkownicy biblioteki, wystawy, zadania biblioteki

Wprowadzenie

Współczesna kultura, określana często mianem wizualnej, stworzyła z obrazu – równorzędny ze słowem – dyskurs komunikacyjny. Szwedzki specjalista w tej dziedzinie Bo Bergström definiuje komunikację wizualną jako *przekazywanie informacji werbalno-wizualnej przez wykorzystanie do tego celu obrazu i słowa za pomocą mediów – prasy, książki, plakatu, telewizji, Internetu, mediów audiowizualnych (prezentacji multimedialnych)*¹. Podstawowe środki przekazu w tego rodzaju komunikacji to: ilustracja, fotografia, typografia, infografika, film czy animacja. Obecnie przekaz wizualny jest nieodłącznym elementem działalności promocyjnej, informacyjnej, a także edukacyjnej bibliotek, również akademickich. Instytucje te często muszą zmagać się ze stereotypowym postrzeganiem ich jako miejsca nudnego i archaicznego, służącego tylko do wypożyczeń literatury potrzebnej do zajęć. Pracownicy bibliotek uczelni wyższych za pomocą środków przekazu komunikują się ze swoimi użytkownikami, a zwłaszcza z ich najliczniejszą grupą – studentami – próbując zmieniać ten niekorzystny obraz. Coraz częściej wychodzą poza ramy swojej działalności i wspierają inicjatywy społeczne i kulturotwórcze środowiska akademickiego czy społeczności lokalnej. Ponadto dbają o atrakcyjny i nowoczesny wizerunek swojej jednostki w środowisku akademickim, nadążając za aktualnie panującymi trendami, jednocześnie nie zapominając o jej głównych funkcjach i zadaniach.

¹ BERGSTRÖM, B. Komunikacja wizualna. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009, s. 6. ISBN 9788301159726.

Komunikacja CINT PL z jej użytkownikami poprzez wizualne środki przekazu

W Centrum Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Lubelskiej (CINT PL) przekaz wizualny znajduje zastosowanie we wszystkich wspomnianych wcześniej polach działań: promocyjnych, informacyjnych i edukacyjnych. Za pierwszy przykład wykorzystania środków przekazu może posłużyć ustalona w 2016 r. identyfikacja wizualna². Pomimo trwających obecnie zmian dostosowujących ją do nowych wytycznych uczelni, niezmiennie naszym znakiem rozpoznawczym jest logo. Stanowi ono graficzne przedstawienie książki w połączeniu z kostką układu elektronicznego, przez co nawiązuje do technicznego charakteru uczelni. Stosowanie znanego od lat logo sprawdza się przy tworzeniu spójnego zestawu gadżetów promocyjnych – rollupów, długopisów, przypinek, podkładek pod kubek, zakładki do książek, smyczy czy notesów. Znajduje się również na elementach wyposażenia pomieszczeń. Zostało umieszczone między innymi na drzwiach wejściowych w czytelniach i wypożyczalni. Ponadto przy wystroju wnętrza biblioteki warto zadbać o spójną kolorystykę i styl poszczególnych elementów. Przykładem mogą być tablice informacyjne w czytelniach. Zostały one zaprojektowane w przyjętych przez nas granatowo-żółto-białych barwach. Dla zobrazowania poszczególnych zasad korzystania z czytelnia zastosowaliśmy infografikę, dzięki której informacje są łatwiejsze w odbiorze. Rolę infografik dobrze określają Katarzyna Borawska-Kalbarczyk i Monika Zińczuk: *wizualizacja pomaga w lepszym zapamiętywaniu informacji oraz buduje system skojarzeń poprzez łączenie się informacji z obrazami, które w ten sposób są utrwalane w pamięci*³.



II.1. Przykład wykorzystania logo w wystroju pomieszczeń CINT PL
Fot. Łukasz Tomczak.

² POMORSKA-KOWALCZYK, A., BORECKA, M., ZBAŃSKA, M., Aspekty wizualne w pracy bibliotek. W: Rarot, H., Śniadkowski, M. (red.). *Aspekty wizualne w edukacji szkolnej i akademickiej*. Lublin: Politechnika Lubelska, 2016, s. 142–143. ISBN 9788379472390.

³ BORAWSKA-KALBARCZYK, K., ZIŃCZUK, M., Urzeczywistnianie wizualizacji w procesie kształcenia – spojrzenie z perspektywy dydaktyki. W: Rarot, H., Śniadkowski, M. (red.). *Aspekty wizualne w edukacji szkolnej i akademickiej*. Lublin: Politechnika Lubelska, 2016, s. 29. ISBN 9788379472390.



II.2. Tablica informacyjna Biblioteki CINT PL
Projekt: Łukasz Tomczak.

Chcąc dotrzeć do młodych użytkowników (studentów), postanowiliśmy wprowadzić do naszej działalności promocyjnej i informacyjnej atrakcyjne wizualnie elementy. W ogłoszeniach, plakatach i ulotkach stosujemy więcej kolorów oraz ilustracje. Chcemy, aby materiały przyciągały uwagę odbiorców i wyróżniały się na tle stałego wyposażenia wnętrz. Dobry przykład stanowią materiały informacyjne powstałe w czasie trwającej pandemii. Nowa rzeczywistość skłoniła nas do improwizacji i szybkich działań usprawniających działanie CINT PL. Przy wejściu do naszego budynku powstała wrzutnia do zwrotu książek. W jej oznaczeniu wykorzystaliśmy grafikę dziewczynki z książkami, która pojawia się zawsze, gdy wspominamy o wrzutni. Konsekwentnie powielamy ten wizerunek na stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych. W podobny sposób przygotowaliśmy zasady korzystania z biblioteki w czasie pandemii.



II.3. Materiały informacyjne CINT PL
Projekt: Paulina Artymiuk-Broda.

Wykorzystanie grafik, fotografii i filmów w serwisach społecznościowych CINT PL

Atrakcyjność i nowoczesność bibliotek zależy od szybkiego reagowania na zmiany technologiczne i rozwój narzędzi. Współczesny świat zdominowały media społecznościowe. Mnogość informacji, które codziennie są dostępne w sieci powoduje, że biblioteki muszą walczyć o uwagę odbiorcy. Współczesny marketing biblioteczny musi być dostosowany do potrzeb młodych użytkowników oraz rzeczywistości wirtualnej. Social media wpływają na nasze relacje z użytkownikami, są przestrzenią do promocji usług, zasobów oraz kreowania wizerunku biblioteki jako nowoczesnej i otwartej instytucji⁴. Naszym głównym celem w prowadzeniu profili w serwisach społecznościowych jest dotarcie do jak największej liczby studentów, osób młodych, które dorastały w dobie cyfryzacji i internetu. Użytkownik Facebooka czy Instagrama często przewija ekran bez celu znalezienia konkretnej informacji, a zatrzymuje się na postach atrakcyjnych wizualnie. Dlatego bardzo ważną częścią promocji biblioteki jest tworzenie interesujących treści. Sam tekst już dawno przestał wystarczać, nawet jeśli jest bardzo ciekawy, a nie jest opatrzone ilustracją, liczba jego wyświetleń nie będzie zadowalająca. Przy powtarzalności pewnych tematów, elementów i wydarzeń dobrą praktyką jest tworzenie podobnych kolorystycznie i stylistycznie grafik. Stosujemy te zasady przy zaproszeniach na cykliczne spotkania English Conversation Group (które odbywały się w czasie nauki zdalnej), stosując za każdym razem ten sam szablon na Facebooku i Instastories, jednak dostosowując go do tematyki każdego z nich.

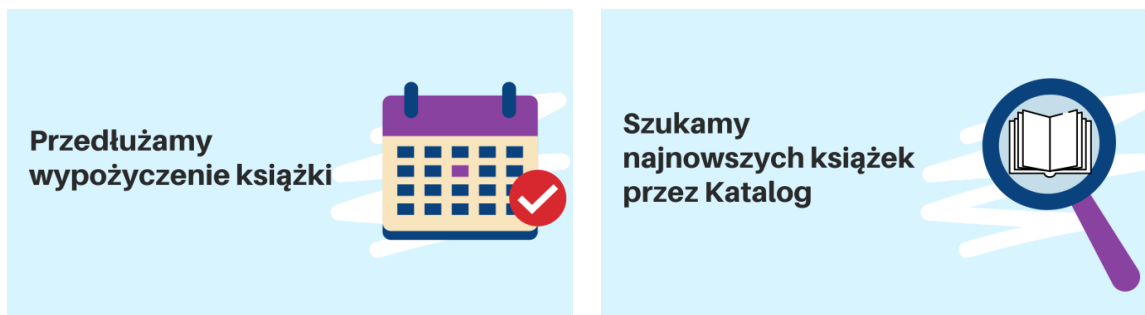


Il.4. Grafiki promujące spotkania English Conversation Group
Projekt: Paulina Artymiuk-Broda.

Podobny zabieg zastosowaliśmy, tworząc okładki tutoriali o korzystaniu z katalogu biblioteki. Każda z ilustracji obrazowo pokazuje temat nagrania, jednak wszystkie są stworzone w tej samej kolorystyce i stylistyce. Spójność w przedstawieniu graficznym na naszych social mediach

⁴ CICHON, I., MIELCZAREK, I., Marketing internetowy bibliotek szkół wyższych. W: Wojciechowska, M. (red.). *Strefa kultury strefa nauki. Współczesny obraz biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2014, s. 32–35. ISBN 9788364335051.

można zauważyć również w okładkach wyróżnionych relacji na Instagramie oraz w banerze na naszym kanale na YouTube.

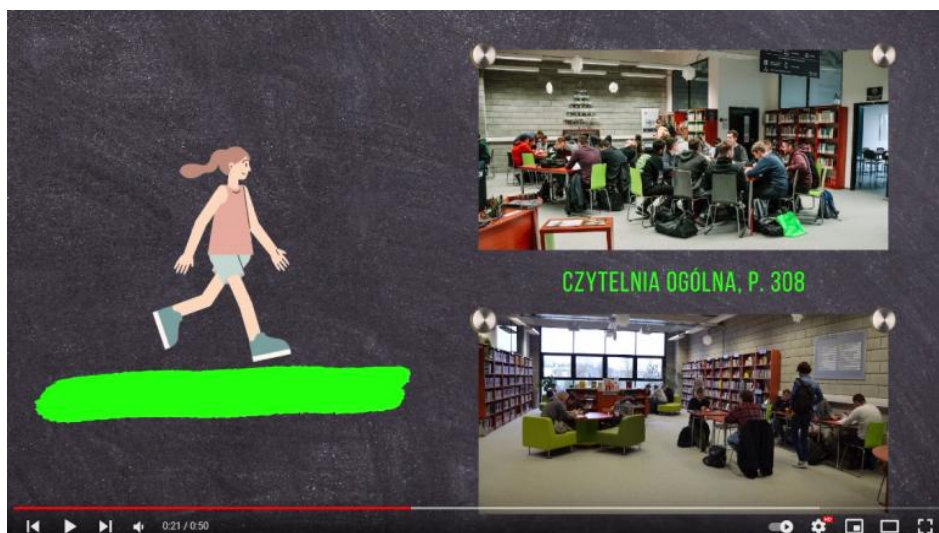


II.5. Okładki tutoriali Biblioteki CINT PL
Projekt: Paulina Artymiuk-Broda.

Mnogość darmowych programów do tworzenia materiałów promocyjnych i postów w mediach społecznościowych (Canva, Piktochart, Pixlr, Crello) powoduje, że coraz więcej instytucji decyduje się na tworzenie własnych grafik. Warto jednak pamiętać o dostosowaniu ich charakteru do odbiorców i skupieniu ich uwagi na najważniejszych elementach. Grafiki te nie powinny wprowadzać w błąd, muszą nawiązywać do przekazywanych informacji. Prezentowane materiały muszą odznaczać się wartością merytoryczną. Trzeba pamiętać, że działanie w mediach społecznościowych bazuje przede wszystkim na relacjach międzyludzkich, jeśli skupimy się jedynie na własnym wizerunku, pomijając dobro odbiorców, nasz profil nie będzie dla nich atrakcyjny⁵.

Nieformalny i luźny charakter mediów społecznościowych pozwala również na stosowanie ruchomych elementów (zwanymi naklejkami lub gifami). W naszym filmie promocyjnym o lokalizacji biblioteki zastosowaliśmy ten detal w postaci gifa idącej osoby oraz elementy nawiązujące tematycznie do bibliotek wydziałowych. Miało to na celu obrazowe przedstawienie tematu. Ruchome naklejki pokazują to, co mówi narrator. Stosowanie takich elementów jest zgodne z panującymi obecnie trendami w social mediach. Elementów tych używamy również w relacjach na Facebooku i Instagramie.

⁵ MACHCIŃSKA, K. Media społecznościowe w bibliotece – rodzaje, funkcje, strategia działania [online]. W: Odlanicka-Poczobutt, M., Ziolo, K. (red.) *Biblioteka akademicka. Infrastruktura-uczelnia-otoczenie*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2014, s. 272. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <https://delibra.bg.polsl.pl/dlibra/show-content/publication/edition/15554?id=15554>.



Il. 6. Kadr z filmu Lokalizacja Biblioteki CINT PL

Źródło: Lokalizacja Biblioteki CINT PL. W: *YouTube* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w:
<https://www.youtube.com/watch?v=oSCowrSePAw>.

Fotografia stała się bardzo ważnym elementem promocji większości instytucji, co w swoim artykule poruszyli Marcin Kania i Karina Olesiak⁶. Rozpowszechnienie smartfonów spowodowało, że wszyscy mogą wykonywać zdjęcia i zamieszczać je w internecie. Ważne jednak jest, aby zdjęcia, które trafiają do sieci, zostały wykonane według ogólnych zasad fotografii, miały dobrą jakość, trafioną ostrość, były odpowiednio wykadrowane i obrabione. Dobrze zrobione zdjęcia przyciągają uwagę odbiorcy i mogą być bardzo dobrym materiałem promocyjnym. Fotografie są ważną częścią promocji CINT PL. Najczęściej umieszczamy je na naszym profilu na Instagramie. Możemy wyróżnić kilka tematycznych rodzajów publikowanych zdjęć: relacje z wydarzeń, zdjęcia kampusu i pomieszczeń biblioteki, zdjęcia okolicznościowe, na przykład świąteczne, zdjęcia książek, zdjęcia pracowników. Najbardziej kreatywne fotografie to zdjęcia typu flat lay. *Fotografia flat lay to zdjęcia gotowej kompozycji uwiecznionej z perspektywy lotu ptaka (z języka angielskiego flat oznacza „płasko”, za to lay – „układać”). Tego typu zdjęcia są bardzo popularne na Instagramie ze względu na swoją wizualną atrakcyjność, co idealnie wpisuje się w zasady funkcjonowania aplikacji*⁷. Ciekawymi zdjęciami są również fotografie sleeveface, których elementem jest okładka książki lub płyty – wmontowana w obraz w taki sposób, że widoczna jest jak część twarzy lub sylwetki. Stwarza to iluzję jednolitego obrazu. Efekt jest zaskakujący, często zabawny, a wymyślanie kolejnych montażów wymaga wyobraźni i kreatywności⁸.

⁶ KANIA, M., OLESIK, K. Fotograf w bibliotece. Rola przekazu wizualnego w promowaniu kultury. *Zarządzanie Biblioteką* 2019, nr 1 (11), s. 78–82.

⁷ Blog Digital24.pl, *Fotografia Flat Lay – perfekcyjne zdjęcia* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <http://blog.digital24.pl/2019/11/11/fotografia-flat-lay/>.

⁸ ALEKSANDROWICZ, A. *Nowe formy promocji biblioteki i czytelnictwa* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: https://pbw.zgora.pl/pbw/sites/default/files/dokumenty/IIIforum_prez06.pdf.



II.7. Przykład zdjęcia flat lay



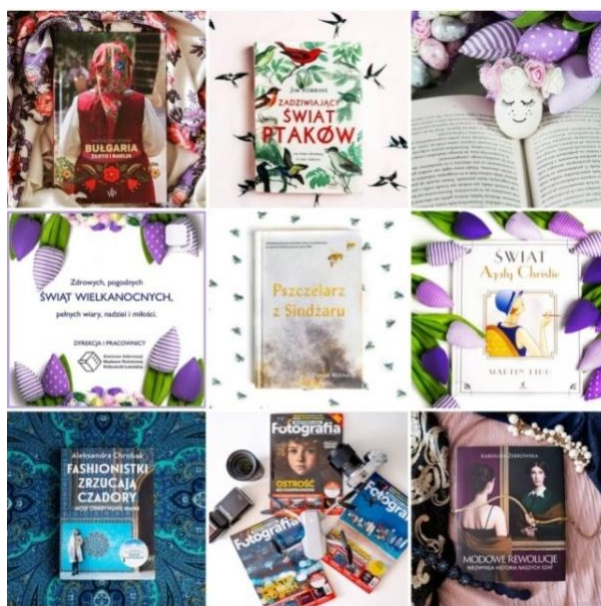
II.8. Przykład zdjęcia sleeveface
Fot. Paulina Artymiuk-Broda.

Ważne jest, aby fotografie opatrzyć ciekawym opisem oraz odpowiednimi hashtagami, dzięki którym post może dotrzeć do większej liczby odbiorców. Zdjęcia powinny być różnorodne, ale muszą tworzyć estetyczną i uporządkowaną całość.



Il. 9. Instagram Biblioteki CINT PL

Źródło: *Instagram* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <https://www.instagram.com/?hl=pl>.



Il. 10. Instagram Biblioteki CINT PL

Źródło: *Instagram* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <https://www.instagram.com/?hl=pl>.

Na Facebooku umieszczamy albumy z fotorelacjami z wydarzeń. Utworzenie albumu ze spójnie przygotowanymi zdjęciami wymaga dużo pracy związanej z wykonaniem reportażu, selekcją zdjęć oraz ich edycją, jednak przynosi wiele korzyści. Uczestnicy wydarzenia chętnie oglądają fotorelacje, niekiedy oznaczając swój profil na zdjęciach. Umieszczenie fotografii w tematycznych albumach ułatwia dotarcie do nich w przyszłości.



Il. 11. Album zdjęć na Facebooku Biblioteki CINT PL
Źródło: Facebook [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w:
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.4605195462845731&type=3>.

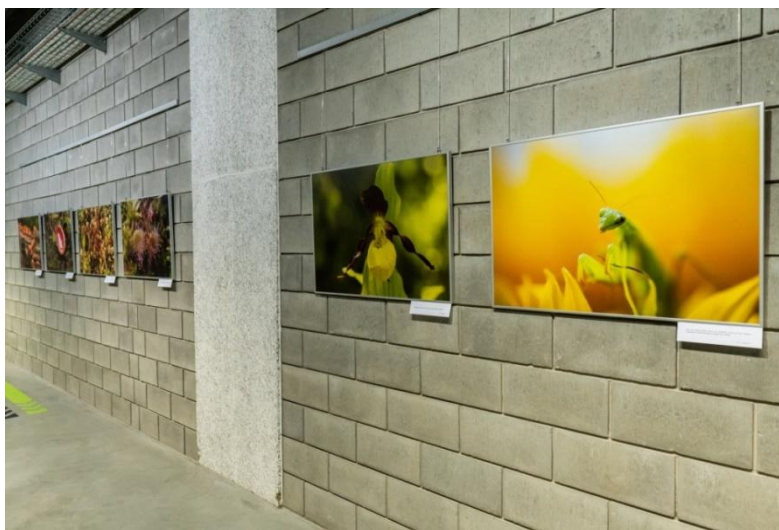
Rozwój technologiczny oraz pojawienie się globalnych społeczności wideo, takich jak TikTok, spowodowały, że grafiki i fotografie przestały być wystarczające w promowaniu działalności biblioteki. Ogólna dostępność aplikacji do edycji wideo spowodowała, że wszyscy mogą tworzyć filmy. Jednak tak jak w przypadku fotografii należy pamiętać o dostosowaniu jakości filmu do jego funkcji. Spontaniczne filmy nagrane smartfonem sprawdzają się jako relacje na Facebooku i Instagramie, ale nie są odpowiednie przy tworzeniu filmu promocyjnego biblioteki. Przez ostatni rok stworzyliśmy szereg filmów promujących działalność Centrum Informacji Naukowo-Technicznej PL i jego jednostek oraz zespołów. Tego typu filmy stanowią wizytówkę instytucji, więc muszą być przemyślane, nagrane profesjonalnym sprzętem i odpowiednio zmontowane. Nie można również zapomnieć o dużym znaczeniu dźwięku, który również musi zostać poddany edycji. Filmy promocyjne CINT PL są utrzymane w podobnym stylu i kolorystyce, dzięki czemu tworzą spójny audiowizualny przewodnik po naszej działalności.



Il. 12. Kadr z filmu promocyjnego Centrum Informacji Naukowo-Technicznej PL
Źródło: Biblioteka Centrum Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Lubelskiej. W: YouTube [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=ECeZ2UNV9yc&t=29s>.

Wystawy stacjonarne w Galerii CINT PL oraz wystawy wirtualne

Kolejną częścią naszego przekazu wizualnego są wystawy organizowane w Galerii CINT PL znajdującej się w budynku Centrum Innowacji i Zaawansowanych Technologii PL. Mają one na celu nie tylko promocję CINT PL, ale również popularyzowanie historii techniki i przemysłu Lubelszczyzny, przybliżanie sylwetek osób zasłużonych (związanych z Politechniką Lubelską) oraz prezentację pasji i zainteresowań pracowników uczelni pracujących obecnie. Wykorzystujemy też prezentowane stacjonarnie eksponaty do tworzenia cyfrowych kolekcji wystaw. Wystawy wirtualne określane są jako *prezentacja zdigitalizowanych dokumentów (głównie ikonograficznych) i towarzyszących im tekstów objaśniających, tworzona przez instytucję w oparciu o własne zbiory*⁹. Wystawy wirtualne CINT PL odzwierciedlają wystawy rzeczywiste, prezentują galerie zdjęć eksponowanych obiektów, ich reprodukcje, materiały źródłowe i historyczne, a także fotorelacje z wernisaży. Poszczególne zbiory zostały zebrane w tematyczne kolekcje i opatrzone komentarzem. Portal wystaw wirtualnych skierowany jest do szerokiego grona odbiorców i pozwala na dotarcie do niego osobom spoza środowiska akademickiego. Taka forma daje możliwość nieograniczonego dostępu do prezentowanych treści, wpływa na promocję i kreowanie pozytywnego wizerunku instytucji¹⁰.



Il. 13. Wystawa stacjonarna „Na poleskich ścieżkach” autorstwa Tomasza Pałki
Fot. Paulina Artymiuk-Broda.

⁹ WANDEL, A. Wystawy wirtualne – nowa forma popularyzacji książki i bibliotek (na przykładzie stron WWW bibliotek francuskich). W: Komza, M., Migoń, K., Skalska-Zlat, M., Żbikowska-Migoń, A. (red.). *Oblicza kultury i książki. Prace i studia z bibliologii i informacji naukowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2005, s. 215. ISBN 8322925468.

¹⁰ PANASIEWICZ, K., TOMCZAK, Ł. Działalność kulturotwórcza i jej rola w bibliotece naukowej na przykładzie Biblioteki Politechniki Lubelskiej. W: Jazdon, K. (red.). *Biblioteka naukowa: czy jeszcze naukowa?* Poznań: Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu, 2018, s. 204-205. ISBN 9788360961162.



Il. 14. Wystawa wirtualna „Na poleskich ścieżkach”

Źródło: *Portal wystaw wirtualnych CINT PL* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w:

<http://wystawy.biblioteka.pollub.pl/exhibits/show/na-poleskich---cie--kach>.

Wykorzystanie środków przekazu wizualnego w działaniach edukacyjnych CINT PL

Pomimo że obecnie obserwujemy działania przenoszenia wielu sfer życia do sieci, podczas XVII Lubelskiego Festiwalu Nauki zdecydowaliśmy się na odwrotny zabieg. To cykliczne wydarzenie, skierowane głównie do dzieci, ma za zadanie promować oraz upowszechniać naukę i kulturę. Festiwal rozpoczął Piknik Naukowy, na który przygotowaliśmy projekt „Grinning face! Pokaż światu swoją radość, czyli jak emotikony mówią o samopoczuciu”. Uczestnicy poznali znaczenie emotikonów jako znaków wyrażających nasze samopoczucie. Za pomocą tabliczek przedstawiających różne emocje mieli okazję pokazać jak się czują i zrobić zdjęcie w specjalnie przygotowanej na tę okazję ramce, której projekt był wzorowany na wyglądzie popularnego serwisu społecznościowego Instagram. Poprzez użycie elementów, które na co dzień spotykamy w sieci, zwróciliśmy uwagę uczestników na znaczenie znaków wizualnych w świecie rzeczywistym i wirtualnym. Dodatkową atrakcją dla dzieci było zrobienie przypinek z własnym rysunkiem.



Il. 15. Pracownicy CINT PL podczas XVII Lubelskiego Pikniku Naukowego
Fot. Ewelina Mikos.

Piknik Naukowy to tylko część Lubelskiego Festiwalu Nauki. Przez tydzień pracownicy instytucji naukowych prowadzili zajęcia i warsztaty skierowane do odbiorców w różnym wieku. W tegorocznej edycji skupiliśmy się głównie na uczniach szkół podstawowych. Przygotowanie zajęć dla dzieci wymagało szczególnego zwrócenia uwagi na atrakcyjność przygotowanych treści. Prezentacje musiały być opatrzone odpowiednimi ilustracjami tak, aby treści trafiały do najmłodszych. Podczas projektu „Przygody z wynalazkami” dzieci miały okazję zobaczyć na żywo przykłady odkryć (starsze modele telefonów, maszyny do pisania, a także pojazdy skonstruowane i przebudowane przez naukowców Politechniki Lubelskiej). Uczestnicy projektu „Tysiąc lat przed klawiaturą” poznali historię pisma oraz wypróbowali różne narzędzia i techniki pisania. Zajęcia „Attention, please! Jak podróżować i się nie zgubić, czyli o znakach i infografikach słów kilka” nauczyły, jak czytać znaki i infografiki, które są stosowane w oznaczeniach w środkach transportu, na szlakach turystycznych, w muzeum czy na lotnisku. Przygotowane przez nas materiały edukacyjne pokazały, jak istotny w zdobywaniu umiejętności informacyjnych jest przekaz wizualny.

Również w działalności dydaktycznej skierowanej do studentów należy przekazywać treści w sposób atrakcyjny. Na zajęciach z przysposobienia bibliotecznego do niedawna posługiwaliśmy się prezentacją multimedialną „Pierwsze kroki w Bibliotece PL” utworzoną w programie Prezi.



Il. 16. Prezentacja multimedialna na zajęcia z przysposobienia bibliotecznego
Projekt: Łukasz Tomczak.

Zmiany związane z pandemią, możliwością prowadzenia części zajęć w trybie zdalnym, a także rozpowszechnienie systemu Microsoft skłoniło nas do przygotowania nowej prezentacji z wykorzystaniem aplikacji Microsoft Sway. Dała ona możliwość prezentacji treści w sposób nowoczesny i uporządkowany. Informacje edukacyjne urozmaiciliśmy grafikami, infografikami oraz filmami promocyjnymi i szkoleniowymi. Przygotowane materiały mają też charakter informacyjny i mogą być przydatne dla każdej osoby chcącej zapoznać się z wachlarzem usług CINT PL. Prezentacja jest dostępna na naszej stronie internetowej.

Reasumując, powyższe przykłady zastosowania form komunikacji wizualnej w działaniach promocyjnych, informacyjnych i edukacyjnych przynoszą zauważalne korzyści. Dzięki nim obserwujemy wzrost odwiedzin użytkowników w przestrzeniach bibliotecznych i organizowanych wydarzeniach, takich jak wystawy czy wieczory gier planszowych. Ponadto widoczne jest większe zainteresowanie studentów naszymi profilami w mediach społecznościowych i zarządzanymi przez pracowników biblioteki portalami internetowymi. Warto również wspomnieć o zmianie sposobu komunikacji pomiędzy biblioteką i użytkownikami, która przeniosła się na media społecznościowe, ograniczając kontakt telefoniczny i mailowy. Konieczna jest kontynuacja tych działań, aby sprostać stale zmieniającym się oczekiwaniom osób korzystających z oferty CINT PL. Pomoże w tym monitorowanie pojawiających się trendów i poszukiwanie nowoczesnych narzędzi, które można wykorzystać w nowych projektach wizualnych. Biblioteki uczelni wyższych mają szansę stać się miejscami konkurencyjnymi wobec tych, w których społeczność akademicka oraz lokalna spędza najwięcej wolnego czasu.

Bibliografia:

1. ALEKSANDROWICZ, A. Nowe formy promocji biblioteki i czytelnictwa [prezentacja online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: https://pbw.zgora.pl/pbw/sites/default/files/dokumenty/IIIforum_prez06.pdf.
2. BERGSTRÖM, B. *Komunikacja wizualna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009. ISBN 9788301159726.

3. Blog Digital24.pl, *Fotografia Flat Lay – perfekcyjne zdjęcia* [online]. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <http://blog.digital24.pl/2019/11/11/fotografia-flat-lay>.
4. BORAWSKA-KALBARCZYK, K., ZIŃCZUK, M. Urzeczywistnianie wizualizacji w procesie kształcenia – spojrzenie z perspektywy dydaktyki. W: Rarot, H., Śniadkowski, M. (red.). *Aspekty wizualne w edukacji szkolnej i akademickiej*. Lublin: Politechnika Lubelska, 2016, s. 23–38. ISBN 978837947390.
5. CICHON, I., MIELCZAREK, I. Marketing internetowy bibliotek szkół wyższych. W: Wojciechowska, M. (red.). *Strefa kultury strefa nauki. Współczesny obraz biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2014, s. 32–35. ISBN 9788364335051.
6. KANIA, M., OLESIAK, K. Fotograf w bibliotece. Rola przekazu wizualnego w promowaniu kultury. *Zarządzanie biblioteką*. 2019, nr 1 (11), s. 75–88. ISSN 2081-1004.
7. MACHCIŃSKA, K. Media społecznościowe w bibliotece – rodzaje, funkcje, strategia działania. W: Odlanicka-Poczobutt, M., Ziolo, K. (red.). *Biblioteka akademicka. Infrastruktura-uczelnia-otoczenie* [online]. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2014, s. 267–276. [Dostęp 16.11.2021]. Dostępny w: <https://delibra.bg.polsl.pl/dlibra/show-content/publication/edition/15554?id=15554>.
8. PANASIEWICZ, K., TOMCZAK, Ł. Działalność kulturotwórcza i jej rola w bibliotece naukowej na przykładzie Biblioteki Politechniki Lubelskiej. W: Jazdon, K. (red.). *Biblioteka naukowa: czy jeszcze naukowa?* Poznań: Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu, 2018, s. 201–213. ISBN 9788360961162.
9. POMORSKA-KOWALCZYK, A., BORECKA, M., ZBAŃSKA, M. Aspekty wizualne w pracy bibliotek. W: Rarot, H., Śniadkowski, M. (red.). *Aspekty wizualne w edukacji szkolnej i akademickiej*. Lublin: Politechnika Lubelska, 2016, s. 137–147. ISBN 9788379472390.
10. WANDEL, A. Wystawy wirtualne – nowa forma popularyzacji książki i bibliotek (na przykładzie stron WWW bibliotek francuskich). W: Komza, M., Migoń, K., Skalska-Zlat, M., Żbikowska-Migoń, A. (red.). *Oblicza kultury i książki. Prace i studia z bibliologii i informacji naukowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2005, s. 211–228. ISBN 8322925468.