

Diana Chmiel

Biblioteka Publiczna w Dzielnicy Białołęka m.st. Warszawy
bardziejlubie@gmail.com

Biblioteki na Instagramie

Streszczenie: W artykule przedstawiono serwis społecznościowy Instagram, który warto wykorzystać w pracy biblioteki. Scharakteryzowano funkcjonalności Instagrama i jego zalety jako kanału komunikacji z czytelnikami. Szczególną uwagę poświęcono możliwościom wizualnej promocji biblioteki, jej zbiorów, a nawet szerzej – czytelnictwa, za pomocą zdjęć, materiałów wideo czy spotkań na żywo. Artykuł oparty został na doświadczeniach autorki korzystającej z Instagrama na co dzień.

Słowa kluczowe: biblioteki, Instagram, promocja, zdjęcia, wideo

Instagram to serwis społecznościowy, którego podstawę stanowią zdjęcia, a przynajmniej takie były jego początki. Od pewnego czasu bardzo popularną formą stało się zamieszczanie filmów wideo. W powszechnym odczuciu, zwłaszcza osób, które z Instagrama nie korzystają, nie ma on dobrej opinii. Często traktuje się go z przymrużeniem oka, jako miejsce, gdzie można wrzucić zdjęcie własnego śniadania czy selfie lub jako miejsce, w którym zakrzywiamy rzeczywistość, pokazujemy tylko to, co ładne i raczej bezwartościowe. Tymczasem to jest tylko część prawdy. Instagram jest taki, jakim go tworzymy. Są na nim fantastyczne konta, świetni ludzie robiący niesamowite rzeczy, mnóstwo wiedzy i inspiracji, a wszystko na wyciągnięcie ręki, w telefonie! Ale dzisiaj spojrzymy tylko na część Instagrama – Bookstagram.

Bookstagram (*books* – książki) to przestrzeń na Instagramie poświęcona książkom. Tworzą ją głównie czytelnicy i recenzenci, ale również wydawnictwa, księgarnie, autorzy. I oczywiście biblioteki. Choć wydaje się, że biblioteki powinny być główną siłą napędową Bookstagrama, jest właściwie odwrotnie – są na Instagramie, ale jednak pozostają trochę z boku. Celem artykułu jest zachęcenie bibliotekarzy do założenia konta i podjęcia działań na Instagramie oraz do spojrzenia na tę aplikację jak na fantastyczną, praktycznie nieograniczoną przestrzeń, w której można promować czytelnictwo, książki, biblioteki i działania.

Obecność na Instagramie należy wcześniej przemyśleć. To, jak będziemy prowadzić profil, zależy w dużej mierze od tego, w jakiej bibliotece pracujemy/jaką bibliotekę reprezentujemy. Inaczej będzie wyglądał Instagram biblioteki dla dzieci, inaczej dla dorosłych, a jeszcze inaczej biblioteki naukowej. Ważne jest też ustalenie, już na początku, strategii działania i odpowiedź na kluczowe pytanie – po co nam Instagram? Czy to będzie narzędzie czysto informacyjne? Czy chcemy pokazywać książki, a może naszą bibliotekarską pracę? Czy będziemy go prowadzić w stylu pełnym powagi, czy raczej będzie to przestrzeń na żart, puszczenie oka do czytelnika? A może wszystko razem, bo przecież żadna z tych koncepcji się nie wyklucza! Na Instagramie możemy być bliżej czytelników. Strona internetowa biblioteki jest

oficjalnym kanałem, Instagram może pełnić przy niej funkcję platformy komunikacyjnej z użytkownikami – możemy tam pożartować, pokazać, jak wygląda nasza praca, pobawić się z czytelnikiem. Instagram daje nam mnóstwo możliwości.

Podstawową funkcjonalnością oferowaną przez Instagram jest możliwość publikowania zdjęć. Budujemy profil, zamieszczając zdjęcia. Ich rodzaj zależy od naszej strategii czyli tego, co chcemy pokazać, ale też od celu, jaki chcemy osiągnąć. Zdjęcia są stałym elementem Instagrama i będą na naszym profilu, dopóki nie zdecydujemy się ich usunąć. Publikując fotografie, należy pamiętać o ich jakości, gdyż to one głównie będą wypełniać nasz profil i zachęcać do odwiedzania go. Trzeba znać podstawowe zasady robienia zdjęć, warto zapoznać się również przynajmniej w minimalnym zakresie z obróbką zdjęć, znaleźć i poznać aplikacje, które nam w tym pomogą, a przede wszystkim pamiętać o estetyce. Mówi się też, że konto na Instagramie powinno być spójne – ale to nie znaczy, że wszystkie zdjęcia mają wyglądać tak samo albo że na wszystkie powinniśmy nałożyć ten sam filtr. Spójność na Instagramie wynika bardziej z przemyślanej, ogólnej strategii prowadzenia profilu, a zatem także dodawania zdjęć.

Kolejną funkcjonalnością Instagrama jest możliwość stworzenia własnego hashtaga. Powinien być jeden dla całej biblioteki, bez polskich znaków, najlepiej krótki i łatwy do zapamiętania. Wtedy możemy robić konkursy, prosić czytelników o wstawianie zdjęć i oznaczanie ich naszym hashtagem. W tym przypadku zdjęcia będą podstawą wspólnych akcji.

Posty zdjęciowe mogą zawierać do 10 fotografii – możemy stworzyć tzw. karuzelę. Dzięki niej można publikować posty tematyczne, np. 10 książek o wilkach, 5 książek o kobietach i tak dalej. Zestawienia tematyczne zwykle cieszą się dużą popularnością. W bibliotekach na co dzień przygotowujemy wystawy tematyczne – ciekawie będzie przenieść je do social mediów. Za pomocą karuzeli zdecydowanie łatwiej będzie pokazać relację z wydarzenia niż na jednym zdjęciu. Warto z tego korzystać.

Innym ważnym elementem na Instagramie są Instastories. Są to krótkie, 15-sekundowe filmiki, które pozwalają zbliżyć się do odbiorcy i pokazać coś, co może niekoniecznie chcemy umieszczać w feedzie/na szachownicy zdjęć i filmów, ale czym chcemy się podzielić. Instastories charakteryzuje tymczasowość – każdy nagrany filmik będzie na naszym profilu tylko przez 24 godziny, po tym czasie znika. Jeśli nagraliśmy materiał, który chcielibyśmy zachować, to Instagram daje nam taką możliwość przez opcję „wyróżnione stories”. Tam możemy zapisać wybrane filmy, aby każdy w dowolnym czasie mógł do nich zaglądać. Przydaje się to w przypadku stories o charakterze informacyjnym, zaplanowaniu cyklu czy akcji. Instastories są wspólnym narzędziem zmniejszającym dystans między biblioteką a czytelnikami. Jesteśmy w bezpośrednim kontakcie, a za pomocą stories możemy pokazać, jak wygląda praca bibliotekarzy. Zaskakująco wielu czytelników (nawet takich, którzy regularnie odwiedzają biblioteki) nie ma pojęcia, na czym polega bibliotekarski fach. Dzięki pokazywaniu naszej codzienności otwieramy się, wzbudzamy zainteresowanie i przyciągamy czytelników, łamiemy stereotypy, odczarowujemy bibliotekę i pokazujemy, że jest fajna.

Nowością, na którą czekali wszyscy instagramerzy, są rolki (*reels*), czyli krótkie wideo, które również możemy wykorzystać na wiele sposobów. Film może trwać maksymalnie 60 sekund i w przeciwieństwie do stories nie znika, co więcej, ma dla siebie cały osobny feed. Ta funkcjonalność pozwoli dotrzeć zwłaszcza do młodszych odbiorców – nawet niekoniecznie tych, którzy już przychodzą do biblioteki, a także do całkiem nowych.

Kolejną możliwością są spotkania na żywo (*live*). Takie spotkanie może trwać do czterech godzin, a sposobów na jego wykorzystanie w bibliotece jest naprawdę wiele. Możemy zorganizować spotkanie na żywo z naszymi odbiorcami, możemy zrobić serię „Bibliotekarz poleca”. Mogą to być spotkania autorskie, może być też klub książki albo każdy inny klub, który działa w waszej bibliotece.

Ostatnią możliwością są przewodniki. To nic innego, jak katalogi naszych postów pogrupowanych tematycznie. Możemy stworzyć katalog np. „Moje ulubione książki” i wrzucić do niego posty, które wcześniej dodawaliśmy na naszym profilu. Tym sposobem wybrane zdjęcia będziemy mieć w jednym miejscu.

Chociaż Instagram jest dosyć intuicyjną aplikacją, zwłaszcza gdy już zapoznamy się z jego podstawowymi funkcjami, to warto zwrócić uwagę również na pewne ograniczenia. Konto na Instagramie można założyć dopiero po ukończeniu 13 lat. Zdjęcia można uzupełnić opisem do 2200 znaków, a hashtagów można dodać maksymalnie 30. Forma wideo w poście może mieć maksymalnie 60 sekund, a stories 15 sekund. Live może trwać maksymalnie do czterech godzin – choć akurat ten limit z pewnością wystarczy do wszystkich bibliotecznych akcji, jakie sobie wymyślimy.

Ważna jest liczba obserwowanych kont. Istnieją tzw. konta masowe, czyli konta, które obserwują ponad 1500 kont. Instagram je traktuje jako konta fałszywe, prowadzone przez boty. Jeśli obserwujemy tyle kont, nie ma fizycznej możliwości, żeby być na bieżąco ze wszystkimi informacjami na nich zamieszczanymi. Warto obserwować mniej, ale za to być aktywnym i zaangażowanym. W ciągu godziny możemy dać maksymalnie 60 serduszek oraz 60 komentarzy. Gdy przekroczymy ten limit, zostaniemy tymczasowo zablokowani. Warto być aktywnym, ale w granicach rozsądku.

Instagram jest też świetnym miejscem do prowadzenia akcji tematycznych – mogą to być tematyczne dni, tygodnie, miesiące. Możemy nawet zorganizować akcje roczne! Wiktoria ze @slavicbook robi Słowiański Listopad, ja robię Kosmiczny Lipiec, Wydawnictwo Poznańskie zrobiło ostatnio Tydzień Żydowski. Możemy zorganizować np. roczne czytanie, zakładając, że w każdym miesiącu będziemy czytać książki z innego kraju. Mogą być np. piątki z kryminałem. Pomysły są nieskończone tak naprawdę! Do tego wszystkiego dochodzą wszelkiego rodzaju zabawy: quizy, wyzwania, maratony czytelnicze, listy książek, które warto przeczytać, konkursy i rozdania, kalambury, zabawy typu „to czy to”, zgadnij okładkę, zamień słowo w tytule i wiele, wiele innych.

Dwoma najważniejszymi funkcjami, jakie Instagram oferuje bibliotece, są interakcje i dostępność. Relacja z biblioteką staje się bardziej otwarta: nie wpadamy już tylko po książkę do niej, mamy ją w swoim telefonie, pijemy zdalnie kawę z bibliotekarzem, układamy z nim książki na półkach, podglądamy co robi w pracy, uczestniczymy wirtualnie w pracy biblioteki, bierzemy udział w konkursach. Takie działania zbliżają. Do tego biblioteka musi być dostępna – mam wrażenie, że dzisiaj dużo łatwiej czytelnikowi zadać pytanie w social mediach (na Facebooku czy właśnie na Instagramie) niż szukać kontaktu z bibliotekarzem na stronie internetowej. Szybkie pytanie – szybka odpowiedź (oczywiście w godzinach pracy biblioteki).

Na koniec kilka dobrych praktyk. Pamiętajcie, by tworzyć wartościowe treści i takie treści wspierać. Ważne jest budowanie zaangażowania – by je otrzymać od odbiorców, my ze swojej strony musimy je też wykazać. Warto być na Instagramie systematycznym – nieważne, czy to będzie jeden post dziennie, dwa w tygodniu czy raz na tydzień, ważne, by przyjąć określoną częstotliwość i przyzwyczaić do niej naszych odbiorców. Zwykle w bibliotekach dzieje się bardzo dużo, więc warto zaplanować aktywność raz dziennie albo raz na dwa dni.

Instagram cały czas się zmienia. Aplikację trzeba aktualizować i może się zdarzyć tak, że jak tylko ją opanujemy, Instagram wszystko zmieni albo dorzuci nowe funkcjonalności, których znów będziemy musieli się uczyć. Najważniejsze jednak jest postrzeganie Instagrama jako kanału komunikacji, który ma właściwie nieograniczone możliwości i tylko od nas zależy, czy z niego skorzystamy, czy nie. A zdecydowanie warto to zrobić.