

*Katarzyna Kułak*

Instytut Bibliotekoznawstwa i Informatyki UMCS w Lublinie

## SERWIS SPOŁECZNOŚCIOWY JAKO NARZĘDZIE PROMOCJI ARCHIWÓW I MUZEÓW

Social networking service as a vehicle to popularisation activity of archives and museums

**Abstract:** In XXI century interaction via the Internet has significant function. Information society provide citizens direct access to cultural heritage, which is available in data bases of archives and museums. Every institutions, which wants to engage and keep clients and users, should exist in the Internet. Making an account in a social networking service can be a part of public relations strategy. The main idea of this article is showing archives' and museums' accounts, which have been created on Facebook, the most popular social networking service in Poland. Creative way of using Facebook is excellent vehicle to popularisation activity of archives and museums. Author of the article discuss ways of using Facebook's features, contents of archives' and museums' accounts and degree of theirs activity. The article include also information about spoils of having account in such social networking service for both institutions and their users.

W dzisiejszym świecie nie istnieje taka dziedzina życia, która nie wykroiłaby dla siebie chociażby małego kawałka z wielkiego tortu, jakim jest coraz lepiej prosperująca Sieć 2.0. Przeszukując jej zasoby, znajdziemy strony związane z rozrywką, medycyną, administracją, pracą, przemysłem, nauką czy też szeroko pojętą kulturą. Każda instytucja, zarówno komercyjna, jak i *non profit*, chcąc przyciągnąć oraz utrzymać klientów i użytkowników, powinna zaistnieć w sieci. W społeczeństwie informacyjnym, czyli takim, które posiada rozwinięte środki przetwarzania informacji i łączności<sup>1</sup>, komunikowanie się poprzez Internet odgrywa niebagatelną

---

<sup>1</sup> T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999, s. 53, Biblioteka Główna Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej im. J. Altkorna [online] <http://informacjacyfrowa.wsb.edu.pl/pdfs/SpoleczenstwoInformacyjne.pdf> [dostęp: 18.05.2013].

rolę. Dzięki niemu podmioty uczestniczące w procesach komunikowania społecznego stają się aktywne, a relacje zachodzące między nimi bardziej żywiołowe, co prowadzi do pełniejszego zaspokojenia ludzkich potrzeb<sup>2</sup>. Typ zbiorowości, jaką jest społeczeństwo informacyjne, zapewnia obywatelom bardzo szeroki dostęp m.in. do dziedzictwa kulturalnego, zachowanego w publicznie dostępnych bazach archiwów czy muzeów<sup>3</sup>. Dlatego postępująca cyfryzacja to idealny moment dla instytucji takich jak archiwa czy muzea, aby zaprezentować się szerszemu kręgowi odbiorców.

Najprostszą i najbardziej popularną formą autopromocji jest własna strona internetowa. Problem jednak w tym, że droga internauty do naszej witryny bywa długa i kręta. Szczególnie kiedy dana strona nie jest popularna i nie wyświetla się jako jeden z początkowych wyników wyszukiwania poprzez Google (pomijam tutaj kwestię pozycjonowania stron). W związku z tym sama strona internetowa to za mało, aby skutecznie dotrzeć do odbiorcy. Internauta mający coraz mniej czasu, korzystający z dziesiątek sprawdzonych stron internetowych, prawdopodobnie nie będzie chciał tracić czasu na szukanie nowych witryn. Dlatego musimy sprawić, aby dostrzegł nas pośród milionów innych miejsc w sieci. Musi się o nas „potknąć”. Marcin Wilkowski pisał o zjawisku *friendsourcingu*, którego istotą jest podkreślanie wagi wirtualnych znajomości w filtrowaniu informacji zamieszczanych w Internecie<sup>4</sup>. Dzięki powiązaniu własnego profilu z profilami znajomych stworzymy listę źródeł, która, w zależności od tego co oni udostępniają, może zagwarantować nam dostęp do mnóstwa wartościowych treści, do których sami moglibyśmy nigdy nie dotrzeć. Pojmując *public relations* w taki sposób, w jaki robi to Małgorzata Jaskowska, a mianowicie jako „komunikację polegającą na przekazywaniu informacji i prowadzeniu dialogu pomiędzy organizacją a jej publicznością w celu budowania i utrzymywania w odbiorze pozytywnego wizerunku organizacji”<sup>5</sup>, stworzenie profilu na portalu społecznościowym można uznać za część tego działania.

Celem mojego artykułu jest zaprezentowanie profili archiwów i muzeów stworzonych na jednym z najbardziej popularnych obecnie w Polsce portali społecznościowych, jakim jest Facebook. Głównym trzonem badań jest analiza profili archiwów centralnych oraz archiwów i muzeów państwowych, a także, w kilku

<sup>2</sup> R. W. Kluszczyński, *Spółeczeństwo informacyjne, cyberkultura, sztuka multimedialna*, Kraków 2001, s. 23.

<sup>3</sup> *Ibid.*, s. 24.

<sup>4</sup> M. Wilkowski, *Dotrzeć do najlepszych treści: Facebook, Twitter i friendsourcing* „Historia i Media” [online] <http://historiaimedia.org/2009/08/18/dotrzec-do-najlepszych-tresci-facebook-twitter-i-friendsourcing/> [dostęp: 18.05.2013].

<sup>5</sup> M. Jaskowska, *Public Relations bibliotek naukowych w Internecie*, Kraków 2007, s. 19.

przypadkach, instytucji prywatnych. Analiza nie została jednak ograniczona jedynie do profili instytucji. Do obserwacji włączono także między innymi profile programów i projektów, wydarzeń archiwalnych i muzealnych oraz archiwów prasowych i miast. Na podjęcie takiej decyzji wpłynął fakt, iż tego typu profile często są nieocenionymi źródłami informacji o samych instytucjach, korzystają z ich zasobów i niekiedy zawierają obszerne archiwalia. Zdarza się również, że są tworzone przez same archiwa i muzea. W związku z powyższym przyczyniają się do promocji placówek i pomagają łamać stereotypy z nimi związane.

Obserwacje prowadzone były w ciągu dwóch miesięcy – w styczniu i lutym 2013 roku. Poszukiwanie żądanych profili rozpoczęłam od posłużenia się wyszukiwarką portalu, a kwerendę stanowiło słowo „archiwum”. Oprócz tego niezwykle pomocne było wykorzystanie sieci powiązań „Ulubione”. Ze względu na obszerność materiału źródłowego nie było możliwe przeanalizowanie wszystkich istniejących profili. Dlatego też po uwzględnieniu fanpage’ów najważniejszych instytucji z interesującego mnie zakresu tematycznego, ograniczyłam się do profili, które w jakiś sposób wyróżniały się lub wprowadzały pewne innowacje. W artykule omówię sposoby wykorzystywania rozwiązań oferowanych przez ten serwis, treści zamieszczane na profilach wybranych placówek oraz stopień ich aktywności. Postaram się wskazać korzyści z posiadania profilu na tego typu portalu, płynące zarówno dla tych instytucji, jak i dla ich użytkowników.

Archiwum to w powszechnym rozumieniu instytucja zajmująca się gromadzeniem i upowszechnianiem dawnych dokumentów. Według definicji zamieszczonej w *Polskim słowniku archiwalnym* jest to:

[...] instytucja o charakterze urzędu administracyjnego, urzędu wiary publicznej oraz placówki naukowej powołana do kształtowania, zabezpieczania, gromadzenia, opracowywania oraz trwałego przechowywania i udostępniania materiałów archiwalnych, uprawniona do wydawania z nich uwierzytelnionych odpisów, wypisów, wyciągów i kopii, a także do publikowania źródeł i pomocy archiwalnych oraz prowadzenia badań w dziedzinie archiwistyki; komórka organizacyjna instytucji powołana do przejmowania, przechowywania, porządkowania i zabezpieczania materiałów archiwalnych tej instytucji; gmach lub lokal stanowiący pomieszczenie archiwum; zespół, grupa zespołów lub zbiór archiwalny powstały na skutek działalności urzędu, instytucji, organizacji, a zwłaszcza rodu, rodziny lub osoby fizycznej<sup>6</sup>.

Na Facebooku możemy wyróżnić profile różnego rodzaju archiwów: centralnych, państwowych, kościelnych, wyodrębnionych, uniwersyteckich, radiowych i wiele innych.

Analizę aktywności archiwów we wspomnianym serwisie społecznościowym rozpocznę od zaprezentowania profili archiwów państwowych. Organem archiwalnym, nadrzędnym wobec innych instytucji z tego zakresu, jest Naczelna Dyrek-

<sup>6</sup> *Polski słownik archiwalny*, red. Wanda Maciejewska, Warszawa 1974, s. 19–20.

cja Archiwów Państwowych (NDAP). Do facebookowej społeczności dołączyła w maju 2010 roku. Ponieważ głównym zadaniem tego organu jest sprawowanie pieczy nad całą siecią archiwów państwowych, na profilu zamieszczane są informacje dotyczące tych placówek z terenu całej Polski. Starając się promować archiwa państwowe, zamieszcza liczne zaproszenia na konferencje, spotkania, wystawy, targi, zjazdy, a także relacje z wydarzeń minionych. Pojawiają się posty zachęcające do udziału w konkursach. Administratorzy podają informacje o otwarciu nowych placówek czy oddziałów oraz zawiadamiają o powstaniu baz danych i zmianach na stanowiskach kierowniczych. W przypadku większości postów mamy do czynienia z metainformacjami. Administratorzy podają lakoniczne wiadomości wraz z linkiem do witryny, na której możemy znaleźć bardziej szczegółowe informacje na dany temat. Anonsowane są także najbardziej interesujące nowości wydawnicze. Na samym profilu nie są zamieszczane żadne materiały archiwalne, ponieważ NDAP nie jest sama w sobie archiwum i nie posiada zasobów, które mogłaby prezentować.

Spośród trzech archiwów centralnych: Narodowego Archiwum Cyfrowego, Archiwum Głównego Akt Dawnych, Archiwum Akt Nowych facebookowy profil posiadają tylko dwa pierwsze. Na obu częstotliwość zamieszczania postów jest wysoka. Archiwum Głównego Akt Dawnych (AGAD) zamieszcza informacje o zasobie, skany najcenniejszych dokumentów oraz linki do innych instytucji powiązanych z tematyką archiwalną. Pojawiają się tu także zdjęcia z aktualnych wydarzeń, np. wycieczek pracowników, ekspedycji wiślanych. Za pomocą zdjęć przedstawiony jest też proces czyszczenia i konserwacji ksiąg. AGAD zamieszcza również informacje o ewentualnych zmianach w godzinach otwarcia lub o chwilowym zamknięciu jakiejś pracowni. Dzięki temu użytkownik zostaje na bieżąco poinformowany o wszelkich utrudnieniach w dostępie do zbiorów. Narodowe Archiwum Cyfrowe na swoim profilu zamieszcza ogromną ilość archiwalnych fotografii wraz z linkami do stron, z których pochodzą. Ponadto powiadamia o tworzonych bazach danych oraz godnych uwagi audycjach radiowych.

Wśród dosyć licznych profili archiwów nie mogłoby zabraknąć instytucji naukowo-badawczo-archiwalnej, jaką jest Instytut Pamięci Narodowej. IPN prowadzi badania nad dziejami Polski w latach 1939–1989. Na swoim profilu społecznościowym realizuje regularne działania popularyzacyjne, organizując wiele konkursów. Dzięki nim internauta zostaje czynnie włączony w funkcjonowanie profilu, nie ogranicza się do biernego odczytywania postów. Również i tutaj pojawiają się informacje o nowościach wydawniczych, a także zaproszenia na różnego rodzaju wydarzenia, jak konferencje czy wystawy wraz z linkami do macierzystych witryn. Zamieszczane są galerie zarówno fotografii archiwalnych, jak i tych upamiętniających aktualne wydarzenia. Administratorzy informują także o rocznicach śmierci osób, również tych mało znanych, o których pamięta zaledwie garstka

współczesnych, a które odegrały znamienne rolę w historii Polski. Przykładem może być post zamieszczony 28 sierpnia 2012 roku w rocznicę zamordowania Danuty Siedzik, sanitariuszki działającej podczas II wojny światowej w latach 1943–1946 pod pseudonimem „Inka”. Posty dodawane są z dużą częstotliwością, niemal codziennie. Administratorzy profilu, w ramach autopromocji, na bieżąco informują także o zawartości najnowszych numerów biuletynu wydawanego przez IPN.

Pośród 34 archiwów państwowych facebookowy profil założyło 11 placówek. Są to archiwa państwowe w Poznaniu, Lublinie, Szczecinie, Koszalinie, Opolu, Łodzi, Rzeszowie, Krakowie, Gdańsku, Elblągu oraz Kielcach. Administratorzy profilu Archiwum w Rzeszowie ograniczyli się niemal wyłącznie do jego założenia. Jeśli już pojawia się jakiś post, odsyła on do wydarzenia lub do innej placówki. Trudno podać przyczynę takiego stanu rzeczy. Na wszystkich aktywnych profilach pojawiają się zaproszenia na ciekawe wydarzenia: konferencje, seminaria, wystawy, spotkania autorskie, warsztaty odbywające się także w innych placówkach, nie tylko w danych archiwach i niekoniecznie związane z nimi organizacyjnie, np. na stronie Archiwum Państwowego w Lublinie zamieszczono informacje i zdjęcia z Festiwalu Sztuk-Mistrzów.

Tak jak w przypadku archiwów centralnych, profil wykorzystywany jest w celu autopromocji, np. archiwum koszalińskie zamieszcza na bieżąco linki do kolejnych odcinków „Z Archiwum K”; jest to cykl kilkunastominutowych nagrań poświęconych historii i działalności archiwum, przeszłości Koszalina i okolic oraz tamtejszym zabytkom. Umieszczane są tam również skany artykułów z gazet, które dotyczyły działalności archiwum. Jedyne na profilach archiwów z Poznania, Szczecina, Łodzi i Kielc prezentowane są materiały archiwalne. Archiwum szczecińskie stosuje ciekawy zabieg, a mianowicie często opatruje wybrane fotografie tematycznie powiązanymi fragmentami liryki. Odróżnia je to na tle wszystkich archiwów obecnych na Facebooku.

Dosyć ciekawie zapowiada się także profil archiwum kieleckiego. Powstał on dopiero w październiku 2012 roku, stąd, prawdopodobnie, niewielka jak dotąd liczba postów. Archiwum zaprasza do wirtualnego spaceru po budynku. Jest to świetna inicjatywa. Użytkownik-klient może zobaczyć archiwum od kulis i dowiedzieć się, jak wyglądają i działają pomieszczenia, do których w normalnych warunkach nie ma wstępu. To archiwum, jako jedno z nielicznych istniejących w facebookowej przestrzeni, wykorzystało możliwości, jakie daje oś czasu i zobrazowało fotografiami historię archiwum od początku jego założenia. Należy jednak zaznaczyć, że z niewiadomych powodów Archiwum Państwowe w Koszalinie posiada profil osobowy zamiast fanpage’u, ryzykując tym samym usunięcie konta z facebookowej społeczności.

Na Facebooku profil posiadają zaledwie dwa archiwa kościelne. Jest to Archiwum Główne Służebnic Najświętszego Serca Jezusowego w Krakowie oraz Archiwum i Biblioteka oo. Karmelitów na Piasku, również mająca siedzibę w Krakowie. Profil pierwszego z wymienionych ma bardzo niską aktywność. Udostępnionych jest zaledwie kilka linków do polecanych artykułów, ale niezwiązanych z tym Archiwum. Natomiast drugi profil jest nową inicjatywą. Za pomocą postów prezentuje skany fragmentów ksiąg – tekstu i iluminacji oraz fotografie zdobień ścian klasztoru wraz z opisami, a także zdjęcia z aktualnych wydarzeń. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że archiwa zakonne są niezależne od archiwów Kościoła powszechnego i archiwów diecezjalnych. Zakony mają prawo same zarządzać własnymi archiwami na takiej samej zasadzie, jak odbywa się to w przypadku niektórych urzędów państwowych<sup>7</sup>.

Na omawianym portalu społecznościowym zaistniały jedynie dwa archiwa uniwersyteckie: Archiwum Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego oraz Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Profil Archiwum KUL jest kolejnym profilem osobowym i pomimo iż został założony przed dwoma laty, z wyjątkiem jednego zdjęcia wnętrza magazynu nie znajdziemy tu żadnych innych informacji. Zdecydowanie bardziej aktywny profil ma Archiwum UMK. Tak jak w przypadku archiwum koszalińskiego, tu również na osi czasu zaznaczono najważniejsze wydarzenia od momentu jego otwarcia. Pojawiają się informacje o seminariach, jubileuszach czy wystawach. Za pomocą galerii prezentowana jest praca codzienna oraz materiały archiwalne. Profil odsyła także do publikacji traktujących o samym Archiwum, np. do filmu dokumentalnego opisującego historię i działanie placówki. Także Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie założyła profil, na którym udostępnia archiwalne prace swoich studentów.

Na Facebooku obecne są także archiwa innych instytucji, np. Archiwum i Biblioteka Lambdy Warszawa. Biblioteka i archiwum tego stowarzyszenia gromadzą dokumenty związane z homoseksualizmem. Profil służy im do prezentacji okładek najnowszych numerów czasopism oraz skanów okładek numerów archiwalnych.

Wśród licznych fanpage'ów o tematyce archiwalnej godne wyróżnienia są także profile Projekt Lwów Przedwojenny, stworzony w ramach programu realizowanego przez Muzeum Historii Polski pod hasłem „Patriotyzm Jutra” oraz Zielone Archiwum Historii Mówionej. Za ich pomocą prezentują się dwie instytucje, które archiwizują historię opowiedzianą przez świadków, ludzi, którzy jeszcze żyją i dzielą się swoimi doświadczeniami. Zielone Archiwum Historii Mówionej udostępnia linki odsyłające do archiwalnych nagrań Radia Wnet, które emituje nagrywane

<sup>7</sup> W. Kujawski, *Rola archiwisty w gromadzeniu dokumentacji*, „Archiwa, Biblioteki i Muzea Kościelne” 2008, t. 89, s. 61.

wywiady. Na profilu projektu związanego ze Lwowem również znacząca większość postów zawiera linki, jednak są to odsyłacze do tematycznie powiązanych materiałów znajdujących się na innych witrynach.

Profile archiwalne zakładają także pracownie naukowe badające wybrane problemy. Tu przykładem może być Archiwum Etnograficzne, które od 2005 roku zajmuje się pamięcią o Żydach i Holokauście na polskich prowincjach. Administratorzy skupiają się na odsyłaniu do artykułów opublikowanych w sieci. Możemy także zetknąć się z profilem Archiwum Emigracji. Działa ono w ramach struktury Biblioteki Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, gromadząc spuściznę i księgozbiory polskiej inteligencji działającej na emigracji w XX wieku. Zamieszcza między innymi grafiki związane z tematyką emigracji oraz publikuje dosyć dużo zagadek. Dzięki temu próbuje aktywizować internautów. Zmusza ich do samodzielnego poszukiwania, nie podaje wszystkiego „na tacy”.

Pojęcie „archiwum” jest bardzo szeroko rozumiane przez użytkowników Facebooka. Na portalu pojawia się mnóstwo inicjatyw z „archiwum” w nazwie. Niekiedy zachowują one luźny związek z przytoczoną wcześniej słownikową definicją tego terminu. Przykładem takiej strony jest profil Historia Rodziny Archiwum, dotyczący życia Leonarda Zbigniewa Lepszego, majora Wojska Polskiego. Przeważającą ilość postów stanowią linki do innych archiwów, publikacji czy też nagrań związanych z osobą L. Z. Lepszego i jego rodziną. Znikomy procent wszystkich postów stanowią materiały nie pochodzące ze zbiorów innych archiwów czy z witryn internetowych. Administrator profilu w przypadku nielicznych zamieszczanych fotografii nie podaje źródła ich pochodzenia. Nie wiadomo ile z nich pochodzi ze zbiorów prywatnych. W niektórych przypadkach są one przejęte z Narodowego Archiwum Cyfrowego wraz z opisem. Warto zaznaczyć, że wykorzystywanie Facebooka do tworzenia archiwów zdjęć rodzinnych, w przypadku skrupulatnego opisywania materiałów, może być pomocne w poszukiwaniach genealogicznych oraz badaniach biograficznych.

Na facebookową platformę wkroczyły także archiwa prasowe. Udało mi się dotrzeć do trzech profili związanych z prasą. Są to: staraprasa.blox.pl, Kuryer Starszawy oraz Łemkowskie Archiwum Prasowe, gdzie zamieszczane są skany fragmentów z tych wydawnictw.

Omawiając archiwa związane z mediami, nie sposób pominąć archiwów radiowych oraz archiwów poszczególnych programów telewizyjnych. Wśród tych pierwszych można wymienić Archiwum Listy Przebojów Trójki, LPMN.pl, Markomanię, Archiwum nagrań EL-stacji oraz Archiwum Polonijnego Radia. Wśród profili archiwów programów telewizyjnych wyróżnić można profile W Tonacji Premium oraz szklanesy.pl.

Oprócz profili założonych przez archiwa lub profili, które same w sobie stają się archiwami, mamy na Facebooku do czynienia także z fundacjami i stowarzyszeniami ściśle z archiwami związanymi. Przykładem może być profil Fundacji Archiwum Filmowe „Drogi do Niepodległości”, która zajmuje się digitalizacją i uporządkowaniem posiadanych zbiorów. Profil facebookowy ma także Stowarzyszenie Przyjaciół Archiwum Państwowego w Gdańsku. Jego członkowie informują o organizowanych przez siebie szkoleniach i zapraszają na ciekawe wydarzenia.

Na Facebooku funkcjonują też profile o tematyce ogólnoarchiwalnej. Przykład mogą stanowić Naukowy Portal Archiwalny, który na bieżąco informuje o godnych uwagi wydarzeniach i odsyła do najciekawszych miejsc w sieci. Spośród wszystkich omówionych powyżej profili wyróżnia go fakt, że podaje aktualności nie tylko z Polski, ale również z całego świata.

Odrębne profile utworzono także dla Toruńskich Konfrontacji Archiwalnych oraz Warszawskiego Pikniku Archiwalnego. O ile pierwszy z wymienionych profili jest stale aktualizowany i uzupełniany, to profil Warszawskiego Pikniku Archiwalnego zawiera jedynie kilkanaście zdjęć. Nie ma zamieszczonej szczegółowej fotorelacji z przebiegu imprezy ani żadnych informacji na jej temat, a profil ma jedynie ośmiu fanów. Może warto byłoby zastanowić się, czy nie lepszym posunięciem byłoby wciągnięcie tego przedsięwzięcia w zakres archiwum, które zajmowało się jego organizacją i w ramach tegoż profilu sporządzenie informacji w zakładce „Wydarzenie”.

Swoje profile posiadają również bazy danych. I tak stało się w przypadku projektu BASIA – Bazy Systemu Indeksacji Archiwalnej. Jest to baza tworzona przez Archiwum Państwowe w Poznaniu oraz Wielkopolskie Towarzystwo Genealogiczne „Gniazdo”, których celem jest indeksacja zamieszczanych w sieci skanów ksiąg metrykalnych. Nie jest aktualizowana regularnie. Informuje jedynie o wzbogaceniu bazy oraz o wprowadzonych udogodnieniach.

Nieocenionymi źródłami archiwaliów na Facebooku są jednak nie tylko archiwa i instytucje oraz grupy z nimi związane. Według definicji zamieszczonej w Ustawie o narodowym zasobie archiwalnym z dnia 14 lipca 1983 roku materiały archiwalne to:

[...] wszelkiego rodzaju akta i dokumenty, korespondencja, dokumentacja finansowa, techniczna i statystyczna, mapy i plany, fotografie, filmy i mikrofilmy, nagrania dźwiękowe i wideofonowe, dokumenty elektroniczne [...] oraz inna dokumentacja, bez względu na sposób jej wytworzenia, mająca znaczenie jako źródło informacji o wartości historycznej o działalności Państwa Polskiego, jego poszczególnych organów i innych państwowych jednostek organizacyjnych oraz o jego stosunkach z innymi państwami, rozwoju życia społecznego i gospodarczego, o działalności organizacji o charakterze politycznym, społecznym i gospodarczym, zawodowym i wyznaniowym, o organizacji



i rozwoju nauki, kultury i sztuki, a także o działalności jednostek samorządu terytorialnego i innych samorządowych jednostek organizacyjnych – powstała w przeszłości i powstająca współcześnie<sup>8</sup>.

Powstało i nadal powstaje mnóstwo profili, które są skarbnicami fotografii archiwalnych dotyczących na przykład konkretnej miejscowości. Można by wymienić tu chociażby Dawną Dąbrowę, Projekt Tarnowskie Góry, Przedwojenny Słupsk, Dawno Temu w Krakowie, Civitatis Lublinensis oraz wcześniej omówiony Projekt Lwów Przedwojenny. Na wielu z nich posty dodawane są niemal codziennie, a na niektórych, jak to ma miejsce w przypadku Civitatis Lublinensis, każdego dnia pojawia się kilka nowych wiadomości. Ciekawe rozwiązanie zastosowali administratorzy profilu krakowskiego. W interesujący sposób na jednym zdjęciu zestawiają fotografię archiwalną z fotografią tegoż miejsca w chwili obecnej. Nie udało mi się spotkać podobnego rozwiązania na żadnym innym profilu.

Analiza fanpage'ów tego rodzaju świadczy o ogromnym zainteresowaniu takimi materiałami archiwalnymi. Internauci bez żadnej zachęty wdają się w długie dyskusje pod prezentowanymi grafikami. Jak widzimy, profile facebookowe są wykorzystywane zarówno do autopromocji, jak też do reklamowania innych placówek. Mogą służyć do powielania tych samych treści, które zamieszczone są na macierzystej witrynie internetowej. Mogą również stanowić swoistą przynętę, informując o najciekawszych i najnowszych treściach lub też być uzupełnieniem dla macierzystej strony i zawierać zupełnie odmienny rodzaj informacji niż te, które użytkownik może znaleźć na witrynie. W przypadku kiedy dana instytucja posiada zarówno stronę WWW, jak i profil na serwisie społecznościowym, na witrynie warto zamieszczać ważne informacje, które nie ulegają dezaktualizacji i które użytkownik będzie mógł szybko odszukać, na przykład dane adresowe czy zasób. Natomiast serwis społecznościowy może posłużyć do podawania ciekawostek oraz informacji, które szybko tracą ważność, jak choćby wystawy czasowe lub utrudnienia w dostępie do zbiorów. Profil facebookowy może również stanowić samodzielne wirtualne archiwum.

Liczne dyskusje, które toczą się pod wieloma udostępnianymi materiałami, świadczą o zainteresowaniu użytkowników tego typu informacją. Zdarzają się sytuacje, kiedy w komentarzach internauci nawołują do tego, aby administratorzy dodawali nowe posty. Można zaryzykować stwierdzenie, że gdyby nie profile facebookowe wiele stron o tematyce archiwalnej byłoby nieznanym szerszemu kręgowi odbiorców. Dowodem na to jest post z listopada 2012 roku przywołanego już wcześniej profilu Dawno Temu w Krakowie, który zaprasza i namawia do odwiedzania także strony WWW, ponieważ ze statystyk wynika, że

<sup>8</sup> Ustawa z dnia 14 lipca 1983 roku o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. z 2006, nr 97, poz. 673, z ost. zm. z dn. 10 kwietnia 2010 roku), Rozdział 1, art. 1.

internauci przeglądają tylko materiały na Facebooku i nie odwiedzają rdzennej witryny.

Archiwa mogą podejść do Facebooka nie tylko jako do tablicy informacyjnej, ale także jako do płaszczyzny, na której mogą konsultować się z internautami mającymi niekiedy rozległą i szczegółową wiedzę. Ogromna wartość tej funkcji uwidacznia się na profilach z archiwaliami dotyczącymi konkretnych miast. Na profilu Civitatis Lublinensis na każdą prośbę administratora o pomoc w rozpoznaniu nieznanego obiektu jest ogromny odzew. Może mieć to związek z wysoko rozwiniętym lokalnym patriotyzmem. Liczne dyskusje w komentarzach i konkursy dowodzą, że profile facebookowe idealnie nadają się do prowadzenia konsultacji i wyjaśniania niezidentyfikowanych fotografii czy dokumentów. Niekiedy jako wabik stosowane są nagrody za pomoc, ale często internauci robią to bezinteresownie i bardzo skutecznie. Bywają w tej kwestii nieocenieni.

Tak jak archiwa, także i muzea to jedne z instytucji o najmniej korzystnym wizerunku społecznym. Zazwyczaj postrzegane są jako zakurzone, pilnie strzeżone magazyny, w których panuje zaduch i grobowa atmosfera i gdzie użytkownik traktowany jest jako zło konieczne<sup>9</sup>. Zaczynają one masowo korzystać z dobrodziejstw, jakie daje facebookowa platforma. W przeciwieństwie do stron archiwów, profile muzealne nie są tak zróżnicowane ani pod względem typologii, ani zawartości i sposobu jej zaprezentowania. Można odszukać profile muzeów narodowych oraz muzeów ograniczonych tematycznie do jednego wydarzenia, ruchu czy dziedziny.

Niemal każde muzeum w zakładce „Informacje” podaje pełny adres oraz godziny otwarcia. Dzięki temu w jednym miejscu mamy zebrane wszystkie podstawowe dane, niezbędne, jeśli pierwszy raz wybieramy się do danego muzeum. Tak jak w przypadku profili archiwów tablica facebookowa jest tu użyta jako słup afiszowy. Administratorzy zamieszczają tam zaproszenia na nadchodzące wydarzenia, np. wystawy, konferencje, spotkania autorskie zarówno organizowane przez siebie, jak też przez okoliczne instytucje. Warto w tym miejscu wyróżnić Muzeum Plakatu w Wilanowie, które do każdego zaproszenia na wystawę dodaje wybraną z niej jedną grafikę. To rozwiązanie stanowi przynętę, zachęca internautę i pozwala mu na zorientowanie się czego wystawa dotyczy, ponieważ tytuł nie zawsze jest jednoznacznie zrozumiały.

Elementem podstawowym są także fotorelacje z wydarzeń już minionych. Większość profili zawiera linki do ciekawych materiałów, takich jak artykuły, zdjęcia czy filmy. Niektóre muzea bezpośrednio na portalu udostępniają galerie z archiwalnymi fotografiami lub zdjęcia eksponatów. Wyróżnić można w tej

<sup>9</sup> R. Batko, *Między świątynią a lunaparkiem – muzeum na drodze do doskonalenia jakości*, [w:] *Orientacja na klienta jako kryterium doskonałości*, red. T. Borys, P. Rogala, Wrocław 2011 („Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 151), s. 13–14.

kategorii Muzeum Powstania Warszawskiego, które na profilu posiada bogatą galerię fotografii pochodzących z okresu: sierpień–październik 1944 roku, a także profil Pracowni Zbiorów Muzealnych KUL, gdzie zamieszczane są fotografie wybranych eksponatów wraz z ich opisem.

Subskrybując profile muzealne, możemy również otrzymywać informacje o nowościach wydawniczych, a także o bieżących numerach czasopism, jeśli dana placówka takowe wydaje. Wiele instytucji, spełniając funkcję popularyzatorską, podaje także informacje o rocznicach, niekiedy mało znanych. Jako przykład można wspomnieć Muzeum Narodowe w Krakowie, które informuje o rocznicy odsłonięcia fresków w Kaplicy Sykstyńskiej. Dzięki profilom muzea mogą także uprzedzić spóźnialskich zwiedzających o nieuchronnie zbliżającym się końcu konkretnej wystawy.

Niektóre muzea, działające jedynie sezonowo, jak chociażby Krakowska Linia Muzealna, również na Facebooku aktywne są tylko w pewnym okresie. Poza sezonem, czyli w miesiącach od września do czerwca, posty pojawiają się jedynie sporadycznie.

Na szczególne wyróżnienie zasługują dwa ośrodki: Muzeum Auschwitz oraz Neon Muzeum w Warszawie. Tylko te dwa muzea spośród przeanalizowanych profili zamieszczają posty w dwóch językach: polskim i angielskim. Jest to z pewnością korzystne dla akcji promocyjnej. Dzięki temu zabiegowi likwidowana jest bariera językowa, którą napotykać obcokrajowcy.

Wyróżnić należy także profil Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie, które stworzyło oddzielną zakładkę o nazwie „Extended info”. Kiedy inne muzea jedynie w poście podają ogólne, bardzo podstawowe informacje o wystawie, powyższe muzeum we wspomnianej zakładce publikuje szczegółowy opis dla każdej organizowanej wystawy, włącznie z ceną biletów, a także rozbudowaną notkę dotyczącą samej placówki.

Tylko niektóre muzea wykorzystały w pełni możliwości, jakie stwarza oś czasu. Jako przykład można wymienić Muzeum Narodowe w Warszawie oraz Muzeum Literatury, również znajdujące się w Warszawie, które zobrazowały historię placówek od momentu ich powstania. Część instytucji skorzystała także z opcji „zdjęcie w tle”. Jedne zagospodarowały ten niewielki, lecz strategiczny obszar, umieszczając w nim grafikę związaną ze zbliżającą się lub aktualnie trwającą wystawą, podając przy tym głównie jej tytuł i ramy czasowe. W ten sposób postąpiło na przykład Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie „MOCAK”, Muzeum Narodowe we Wrocławiu czy też Muzeum Sztuki w Łodzi. Dzięki temu internauta nie musi przeszukiwać całej tablicy, aby zorientować się w bieżących ekspozycjach. Inne placówki, jak na przykład Muzeum Historyczne miasta Krakowa, za pomocą omawianej funkcji powiadamiają o najnowszym numerze wydawanego przez

siebie czasopisma. Natomiast Neon Muzeum użyło „zdjęcia w tle” do zamieszczenia w tym obszarze informacji o adresie oraz godzinach otwarcia placówki.

Na Facebooku można także odszukać profile muzeów kościelnych, a konkretnie archidiecezjalnych. Są to jednak profile nieliczne i niezbyt aktywne. Posty pojawiają się bardzo rzadko, informując o organizowanych wydarzeniach. Zamieszczane są także fotorelacje. Muzeum Archidiecezjalne w Przemysłu zamieszcza też galerie z prezentowanymi eksponatami. Dwa muzea: Archidiecezji Warszawskiej i Archidiecezji Krakowskiej nie mają utworzonego fanpage’a. Istnieją wyłącznie jako „obiekt” oraz „zainteresowania”, co jednak oznacza, że stworzenie tych profili jest przez użytkowników oczekiwane.

Tak jak w przypadku archiwów, również w przypadku muzeów na Facebooku funkcjonują profile, które nie reprezentują żadnego realnie istniejącego muzeum, ale są ściśle powiązane z tematyką muzealną. Jako jeden z najważniejszych należy wymienić Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. Informuje on o aktualnościach ze świata muzeów, nowościach wydawniczych, podaje ogłoszenia oraz poleca ciekawe internetowe materiały. Swoje profile posiadają także Ośrodek Edukacji Muzealnej Muzeum Łazienki Królewskie, program Edukacji Muzealnej SOWA czy też Forum Edukatorów Muzealnych. Podają one aktualności, ogłoszenia, polecają warte zobaczenia materiały. Na profilu Forum Edukatorów Muzealnych pojawiają się także doniesienia o raportach i zaproszenia na konferencje.

Istnieją również profile związane z konkretnymi wydarzeniami muzealnymi. Wśród nich można wymienić Regionalne Prezentacje Muzealne, przedsięwzięcie organizowane corocznie 29 września przez Muzeum w Wałbrzychu. Jest to impreza plenerowa, połączona z konferencją, mająca na celu popularyzację instytucji muzealnych. Ten profil, tak jak w przypadku profilu Krakowskiej Linii Muzealnej, jest aktywny tylko w okresie trwania imprezy i krótko po niej.

Funkcjonują także profile nieformalnych grup pracowników muzeów. Godny wyróżnienia jest profil Muzealnicy, prowadzony przez pracowników bliżej nieokreślonej placówki. Tworzony z niesamowitym komizmem w żartobliwy sposób przybliża pracę muzealnika i samą grupę pracowniczą. Tego typu profile mogą być niezwykle przydatne w walce z głęboko zakorzenionym przekonaniem o nieatrakcyjności tych placówek.

Pomimo krzywdzącego stereotypu muzea, przynajmniej niektóre, mają swoich zwolenników. Świadczą o tym chociażby profile akcji „okołomuzealnych”. Stwórzmy Muzeum Komunikacji Miejskiej w Dąbrowie Górniczej oraz NIE dla likwidacji Muzeum Górnośląskiego to profile założone przez obywateli, którzy uważają, że muzeum jednak jest obiektem przydatnym. Warto dodać, że od września 2012 roku na profilu śląskim nie pojawił się żaden post, ponieważ władze zaniechały jego likwidacji. Trudno powiedzieć w jakim stopniu przyczyniło się do tego konto

na Facebooku, ale można przypuszczać, że miało w tym swój, choćby niewielki, udział.

Podczas analizy aktywności muzeów i archiwów na Facebooku ujawnia się zjawisko dublowania profili. Niektóre placówki mają dwa lub więcej kont założonych w tym samym czasie. W większości przypadków jedno z nich to fanpage, a drugie to profil osobowy. Czasem jest tak, że tylko jeden jest profilem martwym, ale zdarza się też, że nie funkcjonuje żaden z nich. Wyłącznie w przypadku Muzeum Wsi Lubelskiej administratorzy wyjaśniają sytuację. Na założonym jako pierwszy i regularnie prowadzonym profilu osobowym zamieścili informację, że powstał fanpage i od tej pory kolejne posty będą dodawane wyłącznie na nowym profilu.

Zasadniczym problemem, który zauważyłam podczas pracy nad niniejszym tekstem, jest brak czegoś, co stanowiłoby jakiegoś rodzaju „bramkę tematyczną” zarówno dla archiwów, jak i muzeów. Informacja na Facebooku jest niestety rozproszona, wymieszana. Archiwa i muzea giną w natłoku licznych kont i mnóstwa fanowskich profili. W marcu 2011 roku serwis Internet Standard, zajmujący się rynkiem internetowym, dokonał analizy polskich fanpage'ów na Facebooku<sup>10</sup>. Stworzona została wówczas największa baza polskojęzycznych profili. Według informacji w niej zawartych w marcu 2011 roku było 61 139 fanpage'ów posiadających minimum 50 fanów, 7420 posiadających minimum 1500 fanów oraz około 1100, które miały przynajmniej 10 tysięcy fanów. Należy uzmysłowić sobie, że funkcjonowała również ogromna liczba profili posiadających poniżej 50 fanów i które nie zostały uwzględnione w badaniu. Nie ma badań, które pozwalałyby określić, przynajmniej w przybliżeniu, aktualną liczbę profili fanowskich. Jest to zjawisko niezwykle dynamiczne, profile mogą pojawić się i zostać zlikwidowane z dnia na dzień. Podczas pisania niniejszego artykułu kilkakrotnie spotkałam się z sytuacją, iż jednego dnia analizowałam profil, a kilka dni później już on nie istniał. Jeśli nie znamy nazwy konkretnej placówki lub nie mamy dokładnego adresu internetowego, trudno jest ją odszukać. Próby informowania o muzeach, które zaistniały w tym serwisie, podjął profil Muzea Polskie, niestety obecnie już niefunkcjonujący. Dlatego bardzo ciekawą inicjatywą jest projekt Cyfrowe Archiwa Tradycji Lokalnej przygotowywany przez Ośrodek KARTA, udowadniający, że digitalizacja może być również procesem społecznym, a nie wyłącznie technicznym<sup>11</sup>. Ma on zamiar otworzyć portal-bazę

<sup>10</sup> D. Batorski, *Polskie fanpage na Facebooku – Fanpage Trends marzec 2011*, Internet Standard [online] [http://www.internetstandard.pl/news/369340\\_1/Polskie.fanpage.na.Facebooku.FanpageTrends.marzec.2011.r.html](http://www.internetstandard.pl/news/369340_1/Polskie.fanpage.na.Facebooku.FanpageTrends.marzec.2011.r.html) [dostęp: 18.05.2013].

<sup>11</sup> M. Wilkowski, *Oddolna digitalizacja w Ośrodku KARTA*, „Historia i Media” [online] <http://historiaimedia.org/2012/09/14/oddolna-digitalizacja-w-osrodku-karta/> [dostęp: 18.05.2013].

danych archiwów społecznych. Będzie to miejsce, gdzie zebrane będą informacje o wszystkich archiwach, ich dane kontaktowe oraz zdigitalizowane przez nie materiały<sup>12</sup>.

Założenie konta na Facebooku i jego prowadzenie jest zupełnie bezpłatne. Warto pamiętać o tym, że jeśli jedna osoba kliknie „Lubię to!” przy profilu muzeum czy archiwum, automatycznie dowiaduje się o jego istnieniu ponad setka jej znajomych. Dystrybucja wirusowa to nieodpłatna reklama. Każdy fanpage mający powyżej 30 fanów, w ramach statystyk, otrzymuje informację, jak wysoki jest jej odsetek. Przemysław Michalak w artykule *Rola stron internetowych w popularyzacji wiedzy o archiwach* zwrócił uwagę na fakt, że większość użytkowników Internetu to ludzie młodzi, dla których sieć jest nieodłącznym elementem codziennego życia. Podkreślił on wagę systematycznej edukacji archiwalnej, która w przyszłości może zaowocować likwidacją skojarzenia archiwów z zakurzonymi stertami zbędnych akt<sup>13</sup>. Zaistnienie na Facebooku zwielaokrotnia szansę na obalenie stereotypów dotyczących zarówno archiwów, jak i muzeów.

Profil na serwisie społecznościowym daje możliwość dotarcia do znacznie większej liczby potencjalnych klientów-użytkowników niż sama strona internetowa. Pozwala na pozostawanie z nimi w stałym kontakcie oraz inicjowanie dialogu, który ułatwia rozpoznawanie potrzeb odbiorców usług i wychodzenie im naprzeciw. Niektóre z placówek posiadające już profil facebookowy poprzestały włącznie na jego założeniu, nie starając się rozbudować jego infrastruktury informacyjnej. Chociaż tylko nieliczne placówki korzystają z możliwości dodawania własnych zakładek, gdzie mogą być podawane bardziej szczegółowe informacje dotyczące samej organizacji lub też aktualnych wystaw i wydarzeń, to zdecydowana większość efektywnie wykorzystuje podstawowe funkcje omawianej platformy, w pełni zagospodarowując oś czasu, dodając systematycznie posty, a nawet wykorzystując miejsce przeznaczone na zdjęcie w tle. Dlatego uważam, że pomimo zupełnie odmiennego przeznaczenia, kreatywnie wykorzystany Facebook staje się świetnym narzędziem do popularyzacji działalności muzealnej oraz archiwalnej.

<sup>12</sup> agz, ls, jbr, *Ośrodek Karta uruchomi portal – bazę danych archiwów społecznych*, dzieje.pl [online] [http://dzieje.pl/aktualnosci/osrodek-karta-uruchomi-portal-baze-danych-archiwow- społecznych](http://dzieje.pl/aktualnosci/osrodek-karta-uruchomi-portal-baze-danych-archiwow-spoecznych) [dostęp: 18.05.2013].

<sup>13</sup> P. Michalak, *Rola stron internetowych w popularyzacji wiedzy o archiwach*, Archiwum Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu [online] <http://archiwum.amu.edu.pl/publika cje/19.pdf> [dostęp: 18.05.2013].