

**FACEBOOK JAKO WAŻNE NARZĘDZIE KOMUNIKACJI
Z UŻYTKOWNIKAMI BIBLIOTEK PEDAGOGICZNYCH
PO WYBUCHU PANDEMII COVID-19 (NA PRZYKŁADZIE
PEDAGOGICZNEJ BIBLIOTEKI WOJEWÓDZKIEJ
IM. JÓZEFA LOMPY W KATOWICACH)**

Wprowadzenie

Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka w Katowicach (PBW), której początki sięgają 1928 r., jest jednostką oświatową Samorządu Województwa Śląskiego. Obecnie tworzy ją biblioteka macierzysta (Katowice) oraz 12 bibliotek filialnych w miastach na terenie województwa śląskiego (Będzin, Bytom, Chorzów, Gliwice, Jaworzno, Mysłowice, Pszczyna, Ruda Śląska, Sosnowiec, Tychy, Zabrze i Zawiercie). PBW od chwili założenia swoją działalność adresuje do nauczycieli i osób przygotowujących się do pracy w oświacie. Jednak coraz szerzej otwiera się na inne kategorie użytkowników. Zgodnie z *Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 28 lutego 2013 r. w sprawie szczegółowych zasad działania publicznych bibliotek pedagogicznych* – poza zadaniami skoncentrowanymi wokół udostępniania zbiorów i informacji oraz prowadzenia działalności edukacyjnej i kulturalnej – realizuje przedsięwzięcia zbliżone do obowiązków ośrodków doskonalenia nauczycieli, czyli organizuje i prowadzi wspomaganie zarówno bibliotek szkolnych, jak i pedagogów „w realizacji zadań: dydaktycznych, wychowawczych i opiekuńczych, w tym w wykorzystywaniu technologii informacyjno-komunikacyjnej” (Rozporządzenie, 2013).

We wspieraniu środowisk oświatowych, w posługiwaniu się nowoczesnymi technologiami oraz komunikacji placówki z otoczeniem, ważną rolę odgrywają media społecznościowe. Świadczy o tym przegląd literatury przedmiotu oraz przeprowadzone badania (Marcol, 2015).

Porównując strony internetowe trzynastu księżnic tworzących PBW, ustalono rodzaj *social mediów*, z których instytucje te korzystają. Pomogły w tych badaniach odnośniki do poszczególnych profili umieszczone

¹ Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka im. Józefa Lompy w Katowicach.

w witrynach bibliotek. Na przykładzie analizy zawartości fanpage'a biblioteki macierzystej wykazano, jakie rodzaje komunikatów były rozpowszechniane za jego pośrednictwem po wybuchu pandemii COVID-19. W tym celu uwagę szczególną zwrócono na tematykę postów publikowanych od marca 2020 do marca 2022 r., dokonując ich szczegółowego przeglądu i przyporządkowując do kilku kategorii.

1. Media społecznościowe w działalności bibliotek pedagogicznych

Druga połowa XX w. przyniosła liczne zmiany technologiczne, których szybki rozwój przyczynił się do wykreowania społeczeństwa informacyjnego. Łatwy dostęp do internetu spowodował, że z sieci korzysta się praktycznie wszędzie i o każdej porze, co wpłynęło na przyspieszenie procesów globalizacyjnych. Dla wielu osób zaczerpnięte z internetu wiadomości są podstawowym źródłem informacji. Czerpią je – między innymi – z mediów społecznościowych, które na stałe wpisały się w naszą codzienność (Zalewska-Bochenko, 2016). Spędzamy w nich wiele czasu, aby zaspokoić swoje różnorodne potrzeby (Stecula, 2018, s. 559-560). Z ich pomocą utrzymujemy kontakt z bliskimi, odnajdujemy starych znajomych i przyjaciół. Dzielimy się szczegółami ze swojego życia, wyrażamy opinie i poglądy, poszukujemy informacji, bierzemy udział w kampaniach społecznych oraz szukamy sposobu na zabawę i dobry humor (Lusińska, 2016, s. 242-246).

Możliwości *social mediów* stwarzają okazję do szybkiego i bezpośredniego kontaktowania się z rzeczywistymi i potencjalnymi klientami – także instytucjom non-profit, do których należą biblioteki (Onak, 2012/2013). Korzystają z nich księżnice różnych typów, ponieważ są pomocne w utrzymywaniu więzi z użytkownikami, prowadzeniu działalności informacyjnej oraz budowaniu nowoczesnego marketingu bibliotecznego (Przybysz, Pioterek, 2015, s. 340). Strony internetowe bibliotek nadal są podstawowymi narzędziami komunikacji z otoczeniem, aczkolwiek coraz częściej wykorzystuje się w tym celu także możliwości mediów społecznościowych, popularnych zwłaszcza wśród młodszych generacji użytkowników. Media społecznościowe zapewniają instytucjom utrzymywanie stałego kontaktu z otoczeniem oraz komunikowanie się z nim poprzez interaktywny dialog (Stępień, 2021).

Social media można dzielić według różnych kryteriów. Ich klasyfikacji podjęli się między innymi Lon Safko i David K. Brake, Andreas M. Kaplan i Michael Haenlein, Dominik Kaznowski oraz Dan O'Connor (Szymański, Mróz-Gorgoń, 2017, s. 374-377). Najbardziej przydatny na potrzeby niniejszych rozważań wydaje się podział zaproponowany przez Thomasa Aichnera i Franka Jacoba, którzy zwracają uwagę na funkcje mediów społecznościowych. Wskazują oni na: blogi, mikroblogi, sieci biznesowe, projekty zbiorowe, korporacyjne sieci społecznościowe, fora, platformy udostępnia-

jące zdjęcia, serwisy ratingowe, portale społecznościowe, zakładki społecznościowe, gry społecznościowe (np. karciane, quizy), platformy do udostępniania filmów oraz gry komputerowe, w których bierze udział duża liczba nieznanych sobie osób, czyli tzw. wirtualne światy (Aichner, Jacob, 2015).

Zgodnie z powyższym podziałem biblioteki pedagogiczne, które kierują swoją ofertę przede wszystkim do środowisk oświatowych i uczelni wyższych, najczęściej korzystają z:

- blogów – zaliczanych do mediów starszej generacji,
- mikroblogów tekstowych (Twitter) i graficznych (Instagram),
- inicjatyw opartych na zbiorowej współpracy polegającej na jednoczesnym tworzeniu i edytowaniu treści przez wielu użytkowników (WikiEduLinki),
- portali społecznościowych służących podtrzymywaniu i nawiązywaniu znajomości oraz kreowaniu własnej marki (Facebook),
- serwisów zakładkowych do zarządzania linkami i tworzenia wirtualnych kolekcji zasobów cyfrowych (Pinterest, Wakelet),
- platform udostępniających filmy (YouTube).

Największym zainteresowaniem cieszy się portal Marka Zuckerberga, który stał się synonimem *social mediów*. Popularny slogan głosi, że ci, którzy z niego nie korzystają, nie istnieją. Stąd też posiadanie strony fanowskiej na Facebooku stało się standardem (Gmiterek, 2021, s. 58-59). Już w 2018 r. niemal połowa bibliotek pedagogicznych w Polsce korzystała z tego medium, co wynika z analiz przeprowadzonych przez Bożenę Boryczkę (Boryczka, 2018).

2. Fenomen Facebooka

Początki Facebooka wiążą się z serwisem społecznościowym The Facebook, uruchomionym na Uniwersytecie Harvarda (2004). Pierwotnie był to elitarny projekt adresowany głównie do studentów. Zarejestrowani użytkownicy serwisu mogli z jego pomocą odnajdywać znajomych z lat szkolnych, komunikować się ze sobą oraz wymieniać wiadomościami i fotografiami. Stopniowe otwieranie się tego medium na szeroką publiczność stworzyło wrażenie ekskluzywności (Shih, 2012, s. 42).

Utworzenie portalu okazało się ogromnym sukcesem, a wzrost jego popularności przyczynił się do zmiany sposobu komunikacji międzyludzkiej. Duże zainteresowanie spowodowało rozwój przedsięwzięcia. Bardzo szybko portal osiągnął międzynarodową sławę, a jego funkcje zostały poszerzone. Dołączył do grupy liderów, obok cieszącego się wówczas ogromnym zaufaniem serwisu MySpace. Już w 2008 r., w wieku 23 lat, M. Zuckerberg trafił na listę miliarderów, a w 2010 r. na ekrany kin wszedł film przedstawiający genezę Facebooka i jego fenomen (*The Social Network*).

Projekt M. Zuckerberga od lat cieszy się stałym zainteresowaniem. Z raportu *Social media w Polsce 2021*, ogłoszonego przez Empemedia,

wynika, że na skutek pandemii liczba użytkowników mediów społecznościowych, które stanowią substytut więzi społecznych, wzrosła. Facebook – wraz z Instagramem i komunikatorem Messenger – nadal znajduje się na szczycie najpopularniejszych *social mediów* w naszym kraju (Empemedia, 2012). Co przyczyniło się do tego sukcesu? Clara Shih – znawca branży technologicznej uważa, iż jego „[...] założyciele [...] zorientowali się stosunkowo szybko, że ludzie są chętni dołączyć do takiego serwisu wówczas, jeśli można na nim znaleźć wartościowe informacje – a takimi informacjami są skłonni dzielić się tylko w środowisku, któremu mogą okazać zaufanie. [...] serwis wprowadził szereg funkcji, które pomogły stworzyć bezpieczne środowisko Facebooka” (Shih, 2012, s. 41). Twórcy portalu kładą nacisk na odzwierciedlanie relacji ze świata rzeczywistego, co powoduje, że do grona znajomych nie zaprasza się osób przypadkowych. Z bezpieczeństwem wiąże się ponadto określanie ustawień prywatności oraz możliwość udostępniania części informacji tylko bliskim znajomym.

Możliwościami Facebooka zainteresowały się firmy. Dzięki temu medium zyskały swoją wirtualną tożsamość, zakładając strony fanowskie i pozyskując fanów – użytkowników, którzy dzięki polubieniu danej strony stają się dobrowolnymi odbiorcami publikowanych na niej treści. Mogą je przekazywać dalej na zasadzie marketingu wirusowego (szeptanego). Ich liczba i poziom zaangażowania to realny kapitał.

Fanpage jest stroną publicznie dostępną w internecie, którą indeksują wyszukiwarki. Składa się z wielu komponentów, których ustawienia można dostosować do potrzeb redaktorów. Sprawdza się jako narzędzie promujące działalność bibliotek, dzięki czemu jest chętnie wykorzystywane. Biblioteki za pośrednictwem stron fanowskich mogą komunikować się ze swoim otoczeniem, przekazując mu informacje w oficjalnej i atrakcyjnej formie (Piotrowski, 2011, s. 138).

3. Analiza zawartości fanpage’a Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej w Katowicach

3.1. Media społecznościowe wykorzystywane przez bibliotekę macierzystą i jej filie

Krajowy lockdown oraz przejście szkół i placówek oświatowych na pracę zdalną spowodowały, że komunikacja za pośrednictwem internetu stała się niezbędna. Nawet osoby, które dotychczas stroniły od sieci, zaczęły się do niej przekonywać. Fakt ten spowodował, iż na szerszą skalę wykorzystywano media społecznościowe, poszukując nowych sposobów komunikacji. Obecnie PBW komunikuje się ze swoimi użytkownikami za pośrednictwem kilku z nich. W 2020 r. założono profile placówki w serwisach YouTube, Instagram i Twitter. Kontynuowano redakcję bibliotecznych blogów oraz skorzystano z możliwości platformy Wakelet służącej udostępnianiu i dzieleniu się kolek-

cjami zasobów cyfrowych. Okazała się ona przydatna jako narzędzie do rozpowszechniania informacji o wartościowych stronach edukacyjnych.

Najważniejszym serwisem społecznościowym, z którego od lat korzysta katowicka PBW i jej filie, jest jednak Facebook (Tabela 1). Strony fanowskie w tym portalu posiada 12 bibliotek. Kolejne miejsca zajmują blogi redagowane na platformie Blogger (5), Instagram (4), Wakelet (4), YouTube (2), Twitter (1) i WikiEduLinki (1). Z największej liczby *social mediów* korzysta placówka macierzysta, w której pozwalają na to możliwości kadrowe.

Warto podkreślić, że wiele profili, np. konta Biblioteki w serwisach YouTube, Instagram, Wakelet i Twitter, założono z powodu pan-

Tabela 1. Media społecznościowe wykorzystywane przez Pedagogiczną Bibliotekę Wojewódzka im. Józefa Lompy w Katowicach i jej filie

Nazwa biblioteki	Blogger	Facebook	Instagram	Twitter	Wakelet	WikiEdu-Linki	YouTube
PBW w Katowicach	+	+	+	+	+	+	+
Filia w Będzinie	+	+	-	-	+	-	-
Filia w Bytomiu	-	+	-	-	-	-	-
Filia w Chorzowie	+	+	+	-	-	-	-
Filia w Gliwicach	-	-	-	-	-	-	-
Filia w Jaworznie	+	+	+	-	+	-	-
Filia w Mysłowicach	-	+	-	-	-	-	-
Filia w Pszczynie	+	+	+	-	-	-	+
Filia w Rudzie Śląskiej	-	+	-	-	-	-	-
Filia w Sosnowcu	-	+	-	-	+	-	-
Filia w Tychach	-	+	-	-	-	-	-
Filia w Zabrze	-	+	-	-	-	-	-
Filia w Zawierciu	-	+	-	-	-	-	-

Źródło: Opracowanie własne

demii COVID-19, poszukując nowych kanałów komunikacji z użytkownikami. W tym okresie z mediów społecznościowych chętnie korzystali także nauczyciele bibliotekarze placówek filialnych. Zakładali blogi, profile na Instagramie i Wakelecie, a te ksiąźnice, które jeszcze nie posiadały swoich stron fanowskich na Facebooku, zaistniały w tym serwisie w ciągu ostatnich dwóch lat. Obecnie z jego możliwości nie korzysta zaledwie jedna biblioteka – filia w Gliwicach (Tabela 2).

Sytuacja epidemiczna zachęciła również do zakładania grup bibliotekarskich na Facebooku, które okazały się przydatne w realizacji zadań związanych ze wspomaganiami szkół i placówek oświatowych, promocji PBW oraz wymianie informacji i doświadczeń zawodowych. Najpopularniejsza z nich (*Bibliotekarze*) liczy obecnie 1915 członków².

Tabela 2. Adresy stron fanowskich Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. Józefa Lompy w Katowicach (placówki macierzystej i jej filii) w serwisie społecznościowym Facebook

Nazwa biblioteki	Adres strony na Facebooku
PBW w Katowicach (placówka macierzysta)	https://pl-pl.facebook.com/pbwkatowice/
Filia w Będzinie	https://www.facebook.com/pbwbedzin/
Filia w Bytomiu	https://www.facebook.com/pbwbytom
Filia w Chorzowie	https://pl-pl.facebook.com/PedagogicznaBibliotekaChorzow
Filia w Gliwicach	-
Filia w Jaworznie	https://www.facebook.com/pbwjaworzno/
Filia w Mysłowicach	https://www.facebook.com/pbwmyslowice/
Filia w Pszczynie	https://www.facebook.com/pbw.pszczyna
Filia w Rudzie Śląskiej	https://www.facebook.com/bibliotekapedagogicznaRudaSlaska/
Filia w Sosnowcu	https://www.facebook.com/pbwsosnowiec/
Filia w Tychach	https://www.facebook.com/pbwtychy/
Filia w Zabrze	https://www.facebook.com/ZabrzeBiblioteka/
Filia w Zawierciu	https://pl-pl.facebook.com/pbwwkatowicachfiliiawzawierciu/

Źródło: Opracowanie własne

² Dane z 26.04.2022 r.

3.2. Charakterystyka strony fanowskiej katowickiej PBW

Fanpage'a biblioteki macierzystej założono w styczniu 2013 r. Pomysły związane z jego prowadzeniem czerpano od innych bibliotek, które posiadały już pewne doświadczenie w redagowaniu swoich stron. Wykorzystywały je do utrzymywania kontaktu z otoczeniem oraz kreowania swojego pozytywnego wizerunku. Za ich pośrednictwem próbowały zrywać z negatywnymi stereotypami, skupiając się nie tylko na poleceniu posiadanych zbiorów, ale także na popularyzacji prowadzonej działalności informacyjnej, edukacyjnej i kulturalnej. Z perspektywy czasu widać jednak, że publikowanym wówczas postom często brakowało lekkości, przez co przypominały oficjalne komunikaty przejęte z witryn internetowych oraz bibliotecznych kronik (Marcol, 2015). W przeszłości zdarzały się także błędy związane z ich tworzeniem – zakładanie profili osobowych zamiast stron fanowskich, co niosło ze sobą ryzyko ich usunięcia (Bąk, 2016).

Na fanpage'u katowickiej PBW początkowo posty publikowano nieregularnie. Zdarzały się także dłuższe przerwy w redagowaniu strony (np. w czasie wakacyjnym). Wpisy zamieszczane na Facebooku, były – co prawda – krótkie, aczkolwiek często miały wyłącznie charakter oficjalny, co nie zachęcało do ich polubienia, komentowania i udostępniania.

Z biegiem czasu nauczyciele bibliotekarze zatrudnieni w PBW zdobyli wiedzę z zakresu public relations i marketingu internetowego, co skutkowało zmianami. W 2017 r. określono strategię i formę obecności placówki na Facebooku. Powołano nowy zespół odpowiedzialny za jego prowadzenie, sprecyzowano adresatów fanpage'a oraz dobór i częstotliwość ogłaszanych materiałów. Od tej pory pracownicy starają się publikować co najmniej 5 postów w tygodniu oraz dbają o to, aby nie miały wyłącznie charakteru informacyjnego i dokumentacyjnego.

Uproszczono adres strony, żeby był łatwiejszy do zapamiętania i korzystniej prezentował się w materiałach reklamowych. Dodano nowe logo placówki i zdjęcie w tle, które jest okazjonalnie zmieniane. Zdecydowano się także zastosować mniej formalną komunikację z odbiorcami publikowanych treści oraz zaczęto zwracać się do nich w sposób bezpośredni. Posty są prostsze w konstrukcji i łatwe w odbiorze, a niejednokrotnie intrygujące oraz dowcipne. Do każdej informacji jest dołączany materiał ilustracyjny lub filmowy. Poprawia się jakość zdjęć przy pomocy bezpłatnych narzędzi internetowych oraz korzysta z fotografii dostępnych na licencji CC0, która pozwala na ich bezpłatną publikację i modyfikację, bez konieczności podawania źródła.

3.3. Rodzaje informacji zawartych w postach

Kluczowe znaczenie w komunikacji za pośrednictwem Facebooka ma interakcja z fanami (polubienia, komentarze, udostępnienia). Zmiany wprowadzone na stronie fanowskiej PBW w Katowicach przyczyniły się do wzrostu jej popularności. Od 2017 r. liczba osób, które ją polubiły i śledzą

wzrosła dwukrotnie. Obecnie wynosi odpowiednio 756 (polubienia strony) i 878 (obserwujący)³. Jest to dobry wynik, biorąc pod uwagę, że biblioteki pedagogiczne mogą liczyć na ograniczone zainteresowanie na Facebooku, gdyż nadal są kojarzone jako księgarnice adresujące swą działalność do wybranych grup użytkowników.

Istotną stała się komunikacja za pośrednictwem fanpage'a po ogłoszeniu pandemii COVID-19, kiedy – obok witryny internetowej i mailingu – była wykorzystywana jako jedno z najważniejszych narzędzi funkcjonowania placówki w środowisku sieciowym. Analizując jego zawartość, szczególną uwagę zwrócono na tematykę postów publikowanych od marca 2020 do marca 2022 r. W tym czasie ukazało się ich łącznie 776. Zaliczono je do pięciu kategorii: informacje organizacyjne (91), popularyzacja zbiorów i czytelnictwa (197), promocja działalności PBW (189), promocja innych inicjatyw (99), materiały edukacyjne (200). Podział ten jest umowny, ponieważ niektóre posty można zaliczyć do dwóch i więcej kategorii (Tabela 3). Po chwilowym spadku liczby wpisów (marzec 2020), będącym efektem zaskoczenia i konieczności wprowadzenia innego systemu pracy, rozszerzono zakres informacji przekazywanych za pośrednictwem Facebooka.

Dzięki stronie fanowskiej Biblioteki użytkownicy zapoznawali się z bieżącymi komunikatami dotyczącymi ograniczeń w jej funkcjonowaniu, które wynikały z aktualnej sytuacji epidemicznej. Ich uzupełnieniem były ogłoszenia zachęcające do korzystania z bibliotecznych usług w formie online, pojawiające się na łamach gazety miejskiej „Nasze Katowice”. Miesięcznik jest dostępny w wersji papierowej i elektronicznej, co ułatwiało linkowanie zamieszczanych tekstów.

Wiele miejsca poświęcano popularyzacji zbiorów, której postanowiono nadać nową formę. Biblioteczne ekspozycje zastąpiły grafiki, animacje i filmy promocyjne (wpisy dotyczące wybranych autorów i książek, cykle *Polecamy ze zbiorów specjalnych* i *Tydzień czytania e-booków*). Polecano korzystanie z zasobów platformy IBUK Libra i pozycji dostępnych w jej zasobach. Zainicjowano kolejne odsłony *Świeżynek z czytelnianej półki* odsyłających do prezentacji z nowymi numerami czasopism oraz tworzenie filmów w ramach *Wydarzenia miesiąca*, opartych na publikacjach dotyczących danego odcinka.

Interesującą inicjatywą był wakacyjny cykl cotygodniowych postów, zatytułowany *Czytanie na trawie*. Jego celem była promocja książek przekazanych do zbiorów Biblioteki przez wydawnictwa Świat Książki oraz Prószyński i S-ka. Zachęcano do ich czytania w plenerze, w różnych miejscach związanych z regionem (Żabie Doły znajdujące się na granicy Chorzowa i Bytomia, łąka solankowa w Katowicach, Stawiki w Sosnowcu, Park Gródek w Jaworznie, Park Pałacowy w Pszczynie, Park Tysiąclecia w Sosnowcu,

³ Dane z 19.04.2022 r.

Park Pałacowy w Świerklańcu, Śląski Ogród Botaniczny w Mikołowie, Park im. Jacka Kuronia w Sosnowcu). Podczas wakacji polecano także wybory dowcipów dostępnych w czytelni, które zamieszczano w ilustrowanych postach (*Z przymrużeniem oka*).

W sytuacji, kiedy organizowanie spotkań stacjonarnych było niemożliwe lub ryzykowne, cała działalność edukacyjna placówki została przeniesiona do internetu. Za pośrednictwem strony fanowskiej promowano i relacjonowano nowe formy działalności katowickiej PBW – webinaria, zdalne konferencje, zajęcia czytelnicze w trybie online, internetowe konkursy i e-publikacje przygotowane przez pracowników oraz rozszerzoną ofertę kursów e-learningowych, które w tym czasie cieszyły się rekordowym zainteresowaniem (w ciągu trzech miesięcy wzięło w nich udział ponad 500 uczestników). Założono zdalną sieć współpracy i samokształcenia, której zadania skoncentrowano wokół wykorzystania wybranych narzędzi technologii informacyjno-komunikacyjnej w szkołach i bibliotekach systemu oświaty (Marcol, 2020 i 2021). Takie wydarzenia, jak Tygodnie Bibliotek i Narodowe Czytanie, organizowano w sieci.

Po zniesieniu części obostrzeń pisano o spotkaniach realizowanych w formie stacjonarnej (warsztatach, zajęciach edukacyjnych, szkoleniach i konferencjach adresowanych do różnych grup użytkowników oraz wykładach odbywających się w ramach *Sztukowania*, prowadzonych we współpracy z Teatrem Śląskim w Katowicach). Dołączano do nich fotorelacje lub pokazy zdjęć. Rozpowszechniano informacje o bibliotecznych konkursach, które długo odbywały się w trybie online, bez konieczności przychodzenia do Biblioteki. Popularnością cieszyły się interaktywne escaperoomy w Genially oraz konkursy internetowe i plastyczne. Na odległość realizowano także wszystkie zadania związane z Wielką Ligą Czytelników, współorganizowaną przez PBW. Jedną z ostatnich inicjatyw jest zbiórka darów rzeczowych dla Ukraińców.

Poza informacjami promującymi działalność Biblioteki zachęcano do skorzystania z ofert różnych placówek i instytucji – zwłaszcza takich, które wspierały nauczycieli w pracy zdalnej. Publikowano komunikaty o przedsięwzięciach Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego w Katowicach. Polecano bezpłatne materiały online, biblioteki cyfrowe, strony edukacyjne oraz darmowe narzędzia webowe. Od marca 2022 r. rozpoczęto także informować o wydarzeniach i zasobach cyfrowych kierowanych do dzieci i dorosłych z Ukrainy.

Biblioteczny fanpage okazał się pomocny w pracy pedagogicznej. Udośćnianio na nim quizy dla uczniów wykorzystywane przez nauczycieli pracujących na odległość. Pracownicy PBW przygotowywali je w takich aplikacjach, jak: Genially, Wordwall, LearningApps, ThinkLink czy Google Forms. Zainicjowano cykle popularyzujące tematykę regionalną (*Czy znasz to słowo*), obsługę przydatnych narzędzi internetowych (*Dzień z aplikacją*), twórczość

przedstawiciele polskiego romantyzmu (*Polscy romantycy wiecznie żywi*) czy wypowiedzi znanych osobistości (*Myśli, sentencje, aforyzmy...*). Tworzono materiały nawiązujące do wydarzeń regionalnych (Rok Prymasa Tysiąclecia,

Tabela 3. Tematyka postów publikowanych na stronie <https://pl-pl.facebook.com/pbwkato-wice/> od marca 2020 do marca 2022 r.

MIESIĄC	LICZBA POSTÓW	TEMATYKA				
		Informacje organizacyjne	Popularyzacja zbiorów i czytelnictwa	Promocja działalności PBW	Promocja innych inicjatyw	Publikacja materiałów edukacyjnych
marzec '22	56	1	15	19	6	15
luty '22	32	5	7	4	2	14
styczeń '22	32	6	10	9	4	3
grudzień '21	39	3	9	8	6	13
listopad '21	39	5	8	11	4	11
październik '21	36	3	12	12	1	8
wrzesień '21	36	4	9	13	3	7
sierpień '21	25	-	15	3	-	7
lipiec '21	24	1	14	-	2	7
czerwiec '21	30	4	11	11	1	3
maj '21	44	6	7	14	1	16
kwiecień '21	30	2	5	9	3	11
marzec '21	36	7	5	11	1	12
luty '21	35	3	9	5	2	16
styczeń '21	34	4	14	5	4	7
grudzień '20	34	6	2	8	4	14
listopad '20	30	6	4	4	7	9
październik '20	32	5	6	10	7	4
wrzesień '20	25	2	6	11	3	3
sierpień '20	17	2	6	2	4	3
lipiec '20	32	-	17	4	8	3
czerwiec '20	25	5	2	6	7	5
maj '20	24	5	2	6	5	6
kwiecień '20	21	4	2	3	11	1
marzec '20	8	2	-	1	3	2
RAZEM	776	91	197	189	99	200

Źródło: Opracowanie własne

Rok św. Jana Sarkandra, 100-lecie Powstań Śląskich, Rok Stulecia Wybuchu III Powstania Śląskiego, Rok Górali w Województwie Śląskim, Rok Rzemiosła w Województwie Śląskim) i ogólnopolskich (30 lat samorządności, Rok Bitwy Warszawskiej, Rok Powstań Śląskich, Rok Konstytucji 3 Maja, Rok Romantyzmu Polskiego), ważnych dat, rocznic i patronów roku 2020 (Roman Ingarden, Leopold Tyrmand, Stefan Żółkiewski, św. Jan Paweł II, Józef Maria Bocheński), 2021 (Krzysztof Kamil Baczyński, Stanisław Lem, Cyprian Kamil Norwid, Tadeusz Różewicz, kard. Stefan Wyszyński) i 2022 (Maria Grzegorzewska, Maria Konopnicka, Ignacy Łukasiewicz, Józef Mackiewicz, Wanda Rutkiewicz, Bruno Schulz, Józef Wybicki).

Zakończenie

Pandemia COVID-19 spowodowała, że komunikacja w formie zdalnej stała się koniecznością. Fakt ten przyczynił się do wykorzystania mediów społecznościowych na szerszą niż dotychczas skalę. PBW w Katowicach i jej filie w celu utrzymywania kontaktu z otoczeniem najchętniej stosowały Facebook.

W ciągu dwóch lat liczba obserwujących profil biblioteki macierzystej wzrosła o 194 osoby. Szacunkowa liczba odbiorców, czyli osób, które przynajmniej raz zobaczyły opublikowane materiały, wyniosła 26 385, z czego interakcję z postami (reakcje, komentarze, udostępnienia, kliknięcia) podjęto 18 496 razy.

Mimo że obostrzenia dotyczące sytuacji epidemicznej uległy złagodzeniu, nowe formy pracy zdalnej – i komunikacji z użytkownikami – są nadal wykorzystywane. Dodatkowe usługi związane z korzystaniem ze zbiorów i informacji (np. wysyłanie darmowych skanów i zestawień bibliograficznych), możliwość uczestniczenia w bezpłatnych webinarjach i wideokonferencjach oraz otrzymywanie gotowych do wykorzystania materiałów edukacyjnych na stałe wpisały się w ofertę PBW w Katowicach.

Bibliografia

- Aichner, T., Jacob, F. (2015). Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research*, 2, 257-275.
- Bak, A. (2016). Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko. *Media i Społeczeństwo*, 6, 134-146.
- Boryczka, B. (2018). Wykorzystanie mediów społecznościowych w bibliotekach pedagogicznych. *Biuletyn EBIB*, 1. <http://ebibojs.pl/index.php/ebib/article/view/80>
- Empedia. (2022, 4 marca). Social media w Polsce 2021. Pobrane 14 kwietnia 2022, z <https://empedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/>

-
- Gmiterek, G. (2021). Wykorzystanie serwisu Facebook przez polskie biblioteki uniwersyteckie w czasie ich zamknięcia spowodowanego pandemią COVID-19. Analiza porównawcza udostępnianych postów. *Przegląd Biblioteczny*, 89(1), 41-61.
- Lusińska, A. (2016). Social media a kampanie społeczne. „Facebook to nie życie” – jako przykład kampanii społecznej o i na Facebooku. *Zarządzanie Mediami*, 4, 241-253.
- Marcol, A. (2015). *Wykorzystanie serwisu społecznościowego Facebook w kreowaniu wizerunku bibliotek pedagogicznych województwa śląskiego. Praca dyplomowa napisana pod kierunkiem dr Marii Buszman-Witańskiej* [materiały niepublikowane]. Katowice: Uniwersytet Ekonomiczny. Śląska Szkoła Biznesu i Administracji.
- Marcol, A. (2020). Kursy e-learningowe Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. Józefa Lompy w Katowicach jako usługa biblioteczna dla nauczycieli. *Bibliotheca Nostra*, 1, 19-32.
- Marcol, A. (2021). Wspomaganie nauczycieli w zakresie wykorzystywania technologii informacyjno-komunikacyjnych na przykładzie Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. Józefa Lompy w Katowicach. *Bibliotheca Nostra*, 1, 60-74.
- Onak, J. (2013/2014). Serwis Facebook jako narzędzie promocji bibliotek. *Folia Bibliologica*, 55/56, 161-169.
- Piotrowski, D.M. (2011). Marketing w mediach społecznych na przykładzie strony społecznościowej Biblioteki Uniwersyteckiej w serwisie Facebook. *Folia Toruniensa*, 11, 135-144.
- Przybysz, J., Pioterek, P. (2015). Media społecznościowe w służbie bibliotek. W: H. Brzezińska-Stec, J. Żochowska (red), *Biblioteki bez użytkowników...? Diagnoza problemu, V Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Supraśl, 14-16 września 2015* (s. 339-356). Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 28 lutego 2013 r. w sprawie szczególnych zasad działania publicznych bibliotek pedagogicznych. (2013). *Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej*, poz. 369.
- Shih, C. (2012). *Era Facebooka* (wyd. 2). Gliwice: Helion.
- Stecula, K. (2018). Aktywność na Facebooku oraz jej wpływ na użytkowników. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 1996, 559-571.
- Stępień, J. (2021). Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki? *Zarządzanie Biblioteką*, 1, 23-35.
- Szymański, G., Mróz-Gorgoń, B. (2017). Formy kreowania marki w mediach społecznościowych i ich percepcja wśród pokolenia Z. *Marketing i Zarządzanie*, 1(47), 373-382.
- Zalewska-Bochenko, A. (2016). Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego. *Studia Informatica Pomerania*, 2, 87-97.

Anna Marcol

Facebook as an important communication tool with users of pedagogical libraries after the outbreak of the COVID-19 pandemic (on the example of the Józef Lompa Provincial Pedagogical Library in Katowice)

Abstract

Social media has become an important tool of communication with users of pedagogical libraries. They most often use Facebook to keep in touch with the environment. On the example of the analysis of the fanpage of the Józef Lompa Provincial Pedagogical Library in Katowice, its significant communication role was demonstrated after the outbreak of the COVID-19 pandemic and contributing to the development of the facility's offer has been demonstrated. At that time, it served as a tool for providing information, promoting collections, popularizing the activities of the library and other institutions, and implementing educational tasks.

Keywords: pedagogical libraries, Provincial Pedagogical Library in Katowice, social media, Facebook, COVID-19 pandemic

Anna Marcol

Facebook jako ważne narzędzie komunikacji z użytkownikami bibliotek pedagogicznych po wybuchu pandemii COVID-19 (na przykładzie Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. Józefa Lompy w Katowicach)

Streszczenie

Media społecznościowe stały się ważnym narzędziem komunikacji z użytkownikami bibliotek pedagogicznych. Do utrzymywania kontaktu z otoczeniem najczęściej wykorzystują Facebooka. Na przykładzie analizy fanpage'a Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. Józefa Lompy w Katowicach wykazano jego istotną rolę komunikacyjną po wybuchu pandemii COVID-19 oraz przyczynienie się do rozwoju oferty placówki. Służył wówczas jako narzędzie do przekazywania informacji, promocji zbiorów, popularyzacji działalności Biblioteki i innych instytucji oraz realizacji zadań edukacyjnych.

Słowa kluczowe: biblioteki pedagogiczne, Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka w Katowicach, media społecznościowe, Facebook, pandemia COVID-19