

# Serwisy społecznościowe w komunikacji marketingowej biblioteki



Mariola Antczak



KATEDRA  
INFORMATOLOGII  
i BIBLIOLOGII  
Wydział Filologiczny UŁ



Monika Wachowicz



KATEDRA  
INFORMATOLOGII  
i BIBLIOLOGII  
Wydział Filologiczny UŁ



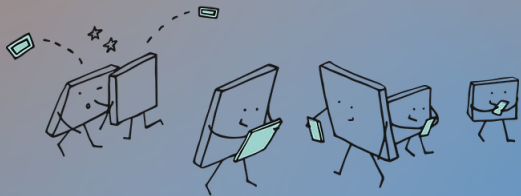
20.11.2023



**IK** INFORMACJA  
I KOMUNIKACJA

# Uzasadnienie wyboru tematu

- Rola serwisów społecznościowych w komunikacji marketingowej (promocji) biblioteki
- Rola biblioteki w kształtowaniu kultury 2.0





# Plan wystąpienia

Zagadnienia teoretyczne: serwisy społecznościowe, komunikacja marketingowa vs. promocja



Cele komunikacji marketingowej bibliotek za pomocą serwisów społecznościowych

**Biblioteki** publiczne i pedagogiczne w serwisach społecznościowych w świetle badań własnych

**Praktyczne rozwiązania:** Bookinfluencerzy, (Booktube, Bookstagram, Booktok) i AI

**Błędy** popełniane w prowadzeniu serwisów społecznościowych

# media społecznościowe

---

„są środkami komunikowania społecznego, w których prymarną rolę pełni interakcja społeczna zachodząca pomiędzy użytkownikami zarówno na poziomie komunikacji indywidualnej, jak i w ramach poszczególnych grup”





# SERWISY społecznościowe

- (ang. *social networking service*), SNS, potocznie **portal społecznościowy** – serwis internetowy, który służy do budowania sieci społecznych oraz stosunków społecznych, które opierają się na podobnych zainteresowaniach, wspólnym życiu zawodowym lub prywatnym itp.
- umożliwia kontakt ze znajomymi oraz dzielenie się informacjami, zainteresowaniami itp.
- istnieją cechy wspólne różnorodnych serwisów:
  - opierają się na aplikacjach internetowych;
  - treści tworzone przez użytkowników są siłą napędową portali;
  - użytkownicy tworzą własne profile;
  - usługi społecznościowe ułatwiają rozwój internetowych sieci społecznych poprzez łączenie profilu użytkownika z innymi osobami lub podmiotami o podobnych zainteresowaniach lub w jakimś zakresie z nimi powiązanych

- Źródło: Obar, J., et al. 2015
- Portal społecznościowy, Encyklopedia Zarządzania
- serwis społecznościowy – Słownik języka polskiego PWN, [sjp.pwn.pl](http://sjp.pwn.pl)
- Serwis społecznościowy W: Wikipedia, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Serwis\\_spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy](https://pl.wikipedia.org/wiki/Serwis_spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy)

# SERWISY społecznościowe

## Charakter komunikacji wielokierunkowy

- nadawca – odbiorcy
- odbiorcy – nadawca
- odbiorcy - odbiorcy





## Cechy serwisów społecznościowych

- elementy są współtworzone przez wszystkich zainteresowanych
- pierwotna informacja może być wielokrotnie modyfikowana
- treści są stale dostępne, tworzone w niewymuszony sposób i rozpowszechniane w wyniku interakcji społecznej



# SERWISY społecznościowe funkcje

## 1. Nastawione na podmiot inicjujący (bibliotekę)

- promocyjna (wizerunkowa; zdobywanie i utrzymywanie klientów)

## 2. Nastawione na klienta indywidualnego i zbiorowego

- społeczna (normy społeczne, etyka, wzory kulturowe)
- rozrywkowa
- informacyjna
- komunikacyjna
- edukacyjna
- integracyjna
- opiniotwórcza





## Promocja biblioteki

zespół działań i środków, za pomocą których biblioteka  
1/przekazuje otoczeniu informacje charakteryzujące ją, jej zbiory i usługi,

2/ kształtuje potrzeby użytkowników oraz pobudza i ukierunkowuje popyt

# PROMOCJA VS. KOMUNIKACJA MARKETINGOWA W BIBLIOTECE

z łac. promotio – poparcie, krzewienie, od promovere – posuwać naprzód, szerzyć)

## Promocja biblioteczna (nastawiona na podmiot inicjujący)

działania polegające na **przekazywaniu przez bibliotekę informacji swoim rzeczywistym i potencjalnym klientom w celu zwiększenia świadomości o oferowanych przez nią produktach i usługach** oraz wywołaniu zainteresowania nimi, prowadzących do wypożyczenia lub skorzystania ze zbiorów i usług oraz ich uczestnictwa w bibliotecznych eventach

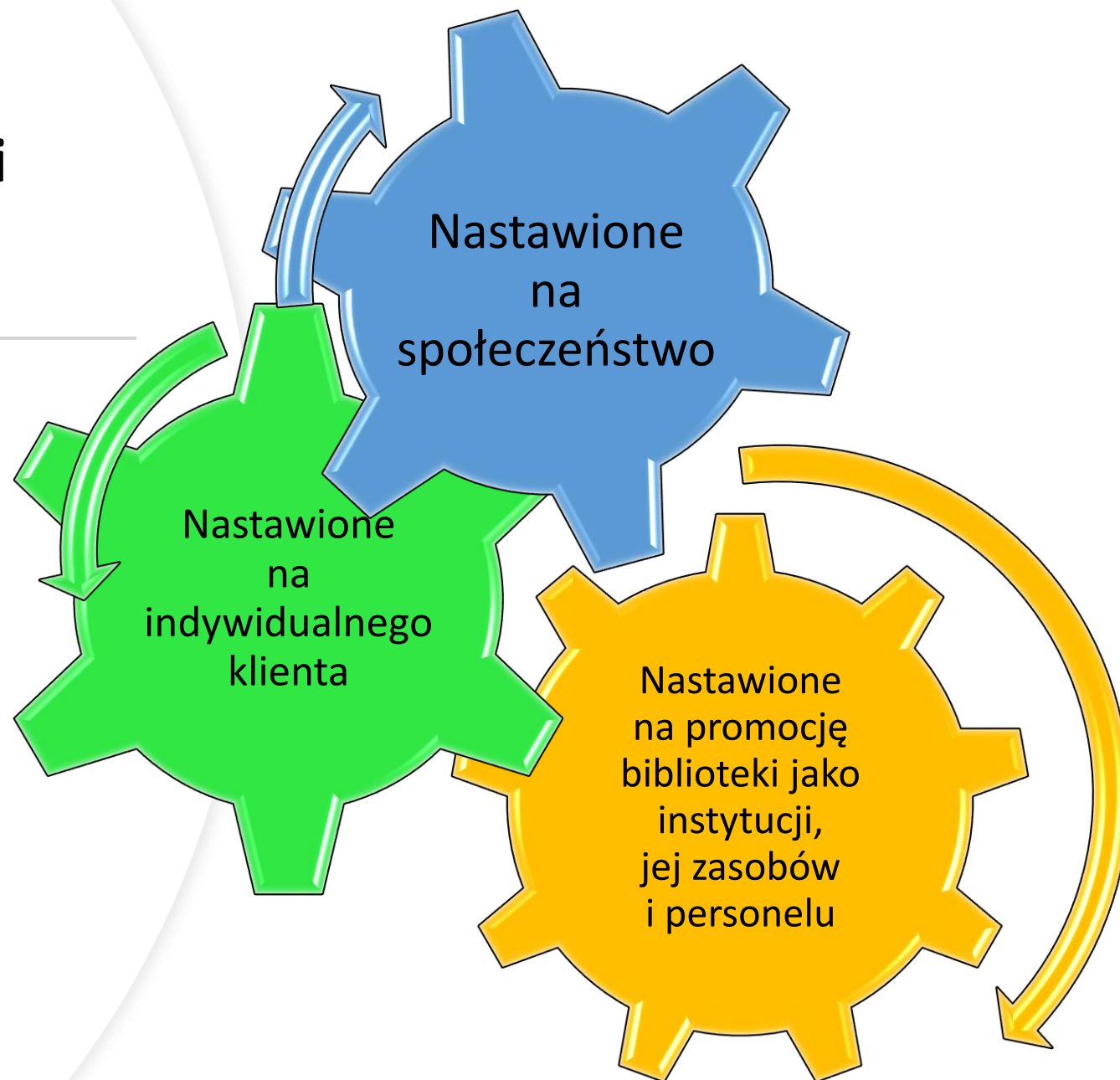
## Biblioteczna komunikacja marketingowa (nastawiona na klienta)

**wymiana informacji między biblioteką a jej klientami**, ukierunkowana na przekazanie najważniejszych informacji o prowadzonej działalności i o ofercie biblioteki, celem wzbudzenia reakcji odbiorców, której efektem jest **pozyskanie informacji zwrotnej** od użytkownika.



Źródło: opracowanie autorskie zainspirowane literaturą przedmiotu

# Cele komunikacji biblioteki



## FUNKCJE

### 1. Nastawione na bibliotekę:

promocyjna (wizerunkowa; zdobywanie i utrzymywanie klientów)

### 2. Nastawione na klienta:

rozrywkowa  
informacyjna  
społeczna  
komunikacyjna  
edukacyjna  
integracyjna  
opiniotwórcza

Źródło: opracowanie własne zainspirowane literaturą przedmiotu

por. też m.in. Wojciechowska, Orzół 2020; Boryczka 2018; Budyńska, Jezierska 2017;  
<https://ebookfriendly.com/how-libraries-use-social-media-infographic/>



**Biblioteki** w serwisach społecznościowych



w świetle dotychczasowych badań



A close-up photograph of several social media icons on a keyboard. The icons are raised and have a slight shadow. Visible icons include Twitter (blue bird), Facebook (white 'f' on blue square), YouTube (red play button on white background), and LinkedIn (blue 'in' on white background). The background is a light-colored surface.

# Metodyka badań własnych

wojewódzkie biblioteki pedagogiczne  
wojewódzkie biblioteki publiczne

## Przedmiot

- serwisy społecznościowe wojewódzkich bibliotek

## Metody badań

- analiza stron internetowych
- analiza zawartości serwisów społecznościowych

## Cele

- wyodrębnienie serwisów społecznościowych wykorzystywanych i preferowanych przez biblioteki
- ustalenie preferowanych przez biblioteki miejsc na stronie, na których jest zamieszczana informacja o dostępie do serwisów społecznościowych

## Termin

- pedagogiczne: kwiecień 2023
- publiczne: październik 2023

# Problemy napotkane podczas badań wojewódzkich bibliotek pedagogicznych

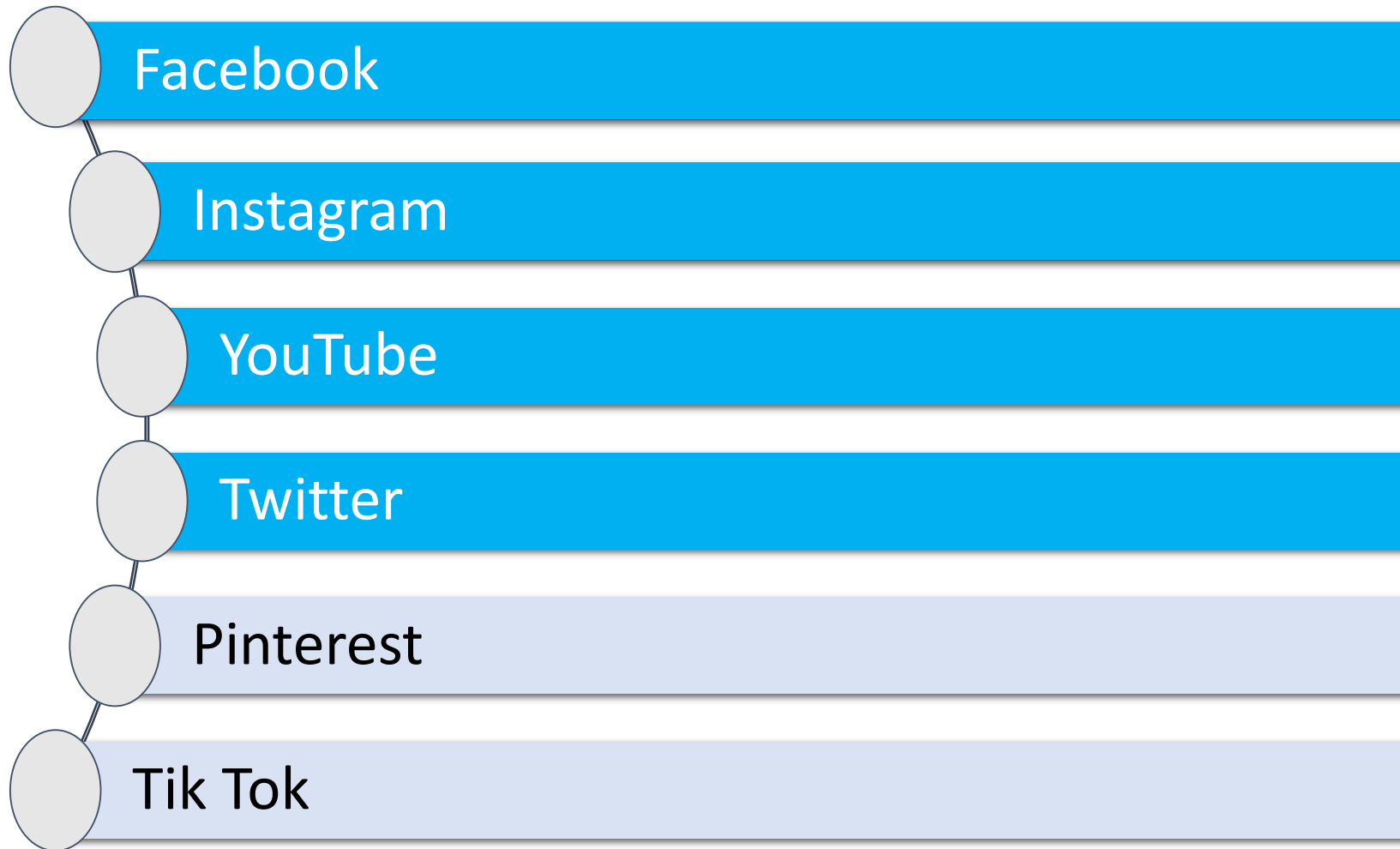
ustalenie liczby wojewódzkich bibliotek  
pedagogicznych

## Kryteria kwalifikacji do badań

- RSPO
- samorząd województwa jako organ prowadzący
- filie traktowane zostały jako niesamodzielna część jednostki centralnej



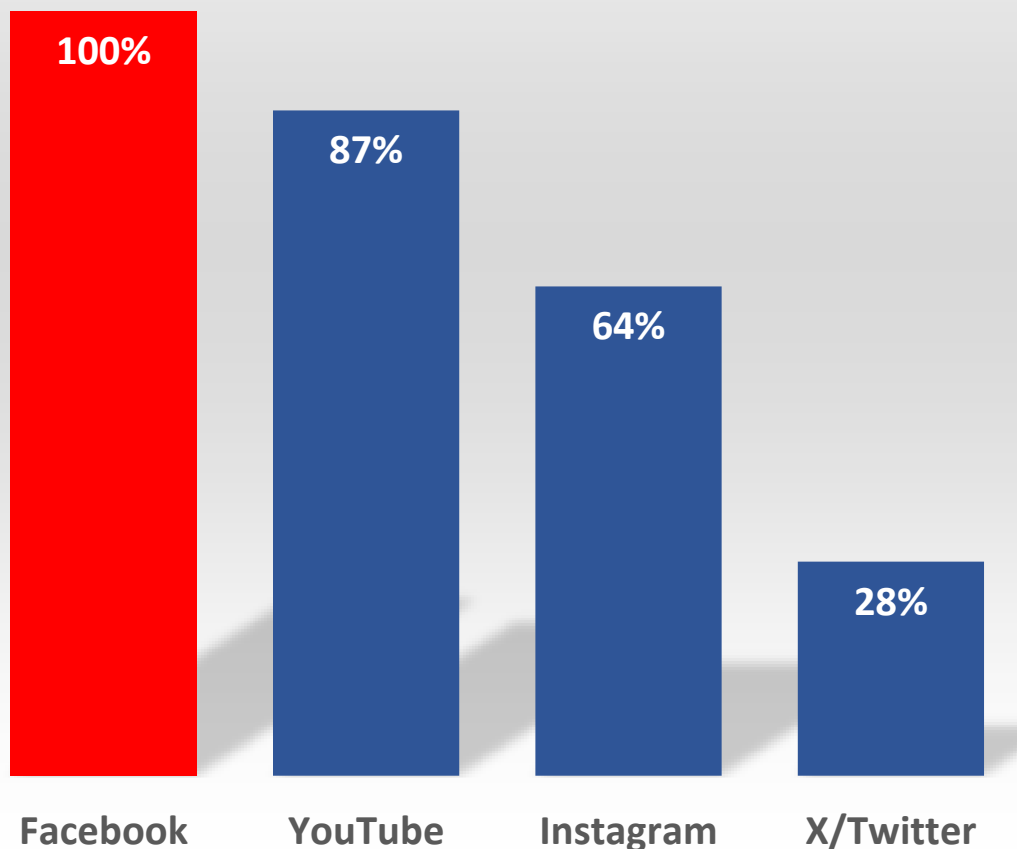
# Promocja biblioteki w serwisach społecznościowych



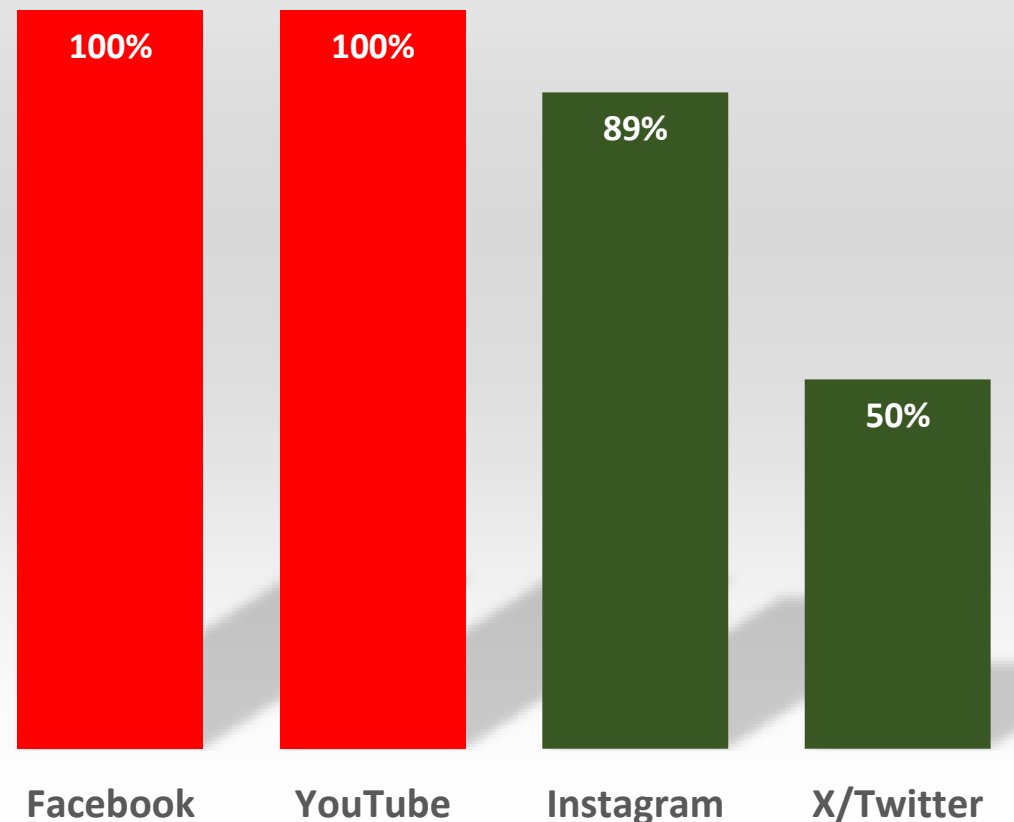


Nazwa serwisu społecznościowego	Data powstania	Data powstania polskiej wersji językowej	Przyjmujemy, jako punkt wyjściowy do badań	Biblioteki pedagogiczne pierwsze konta	Biblioteki publiczne: pierwsze konta
Facebook	2004	2008	<b>2008</b>	2010	2009
YouTube	2005	2007	<b>2007</b>	2011	2008
X/Twitter	2006	2011	<b>2010</b>	2010	2010
Instagram	2010	2012	<b>2012</b>	2015	2013

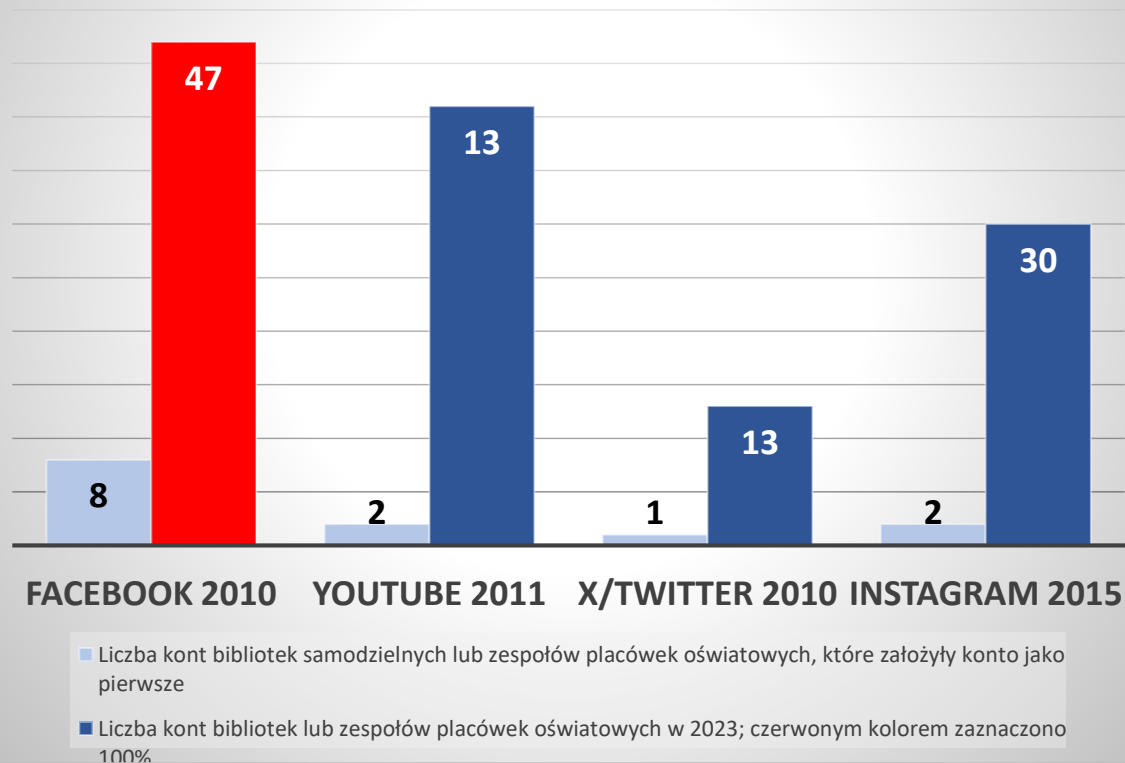
Udział procentowy funkcjonujących w serwisach społecznościowych kont wojewódzkich bibliotek pedagogicznych w 2023 roku; N=47



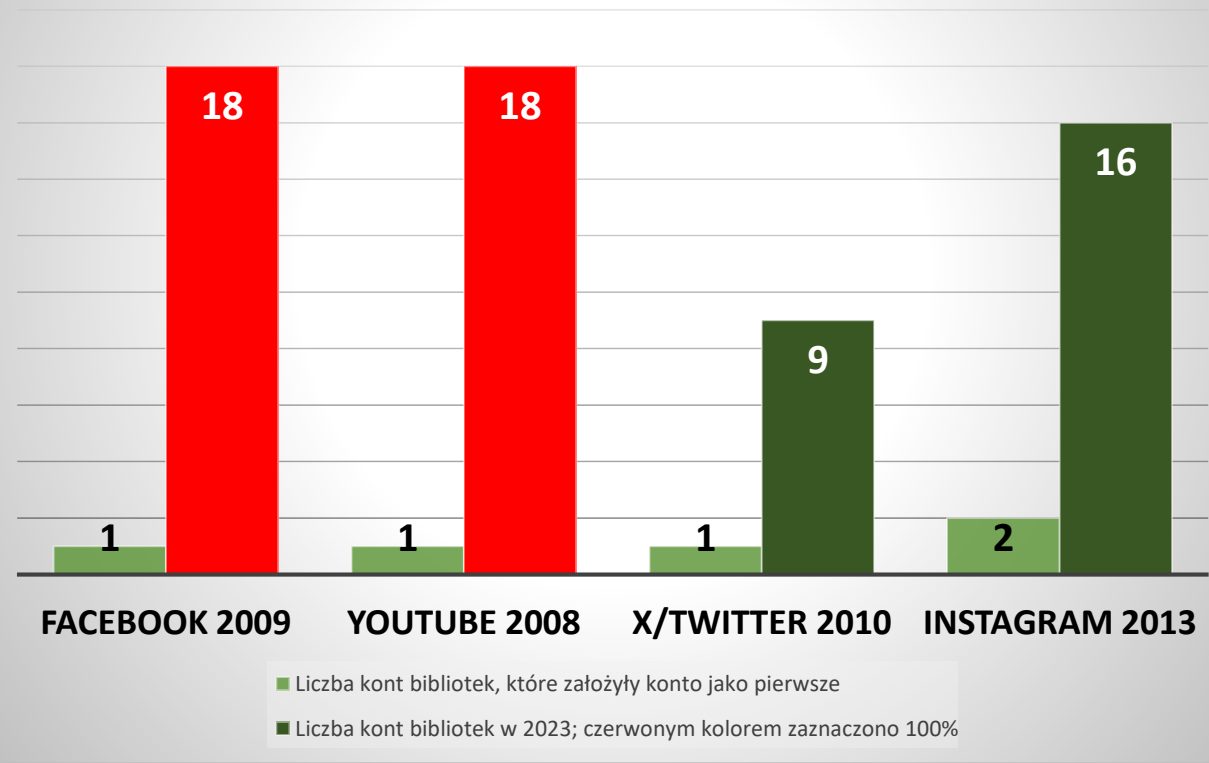
Udział procentowy funkcjonujących w serwisach społecznościowych kont wojewódzkich bibliotek publicznych w 2023 roku; N=18



### Liczba kont serwisów społecznościowych wojewódzkich bibliotek pedagogicznych 2008 vs.2023 N=47

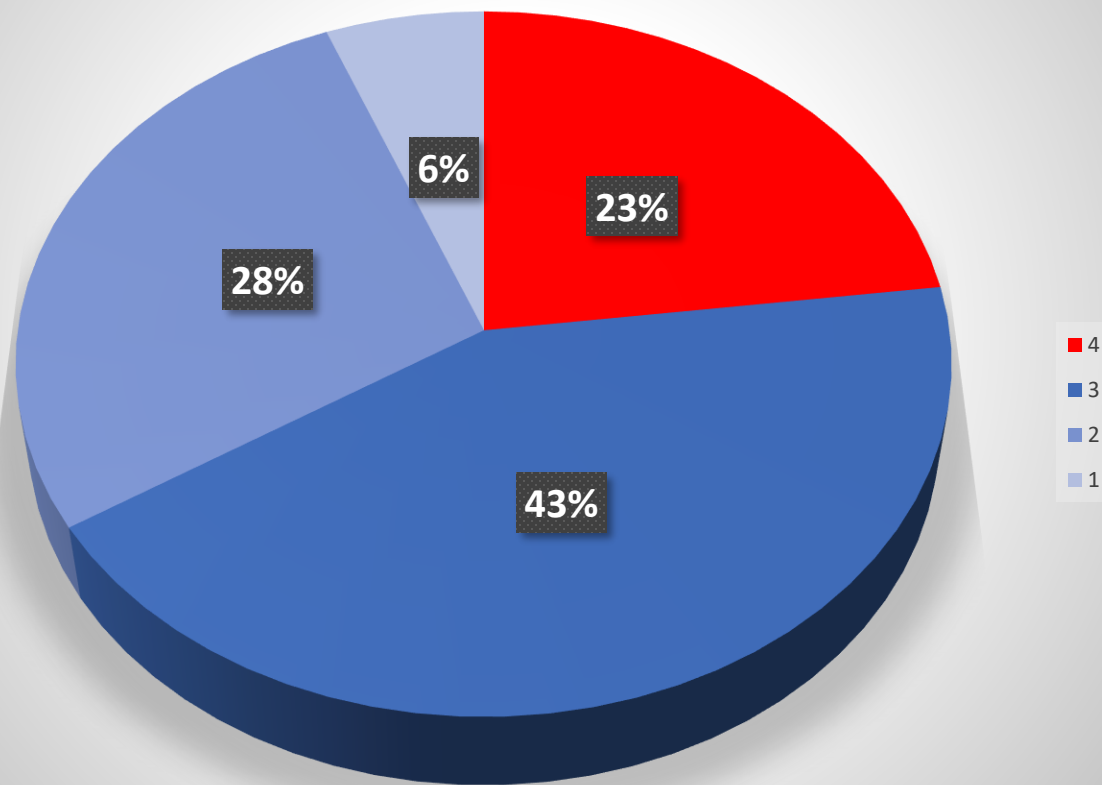


### Liczba kont serwisów społecznościowych wojewódzkich bibliotek publicznych 2008 vs.2023 N=18

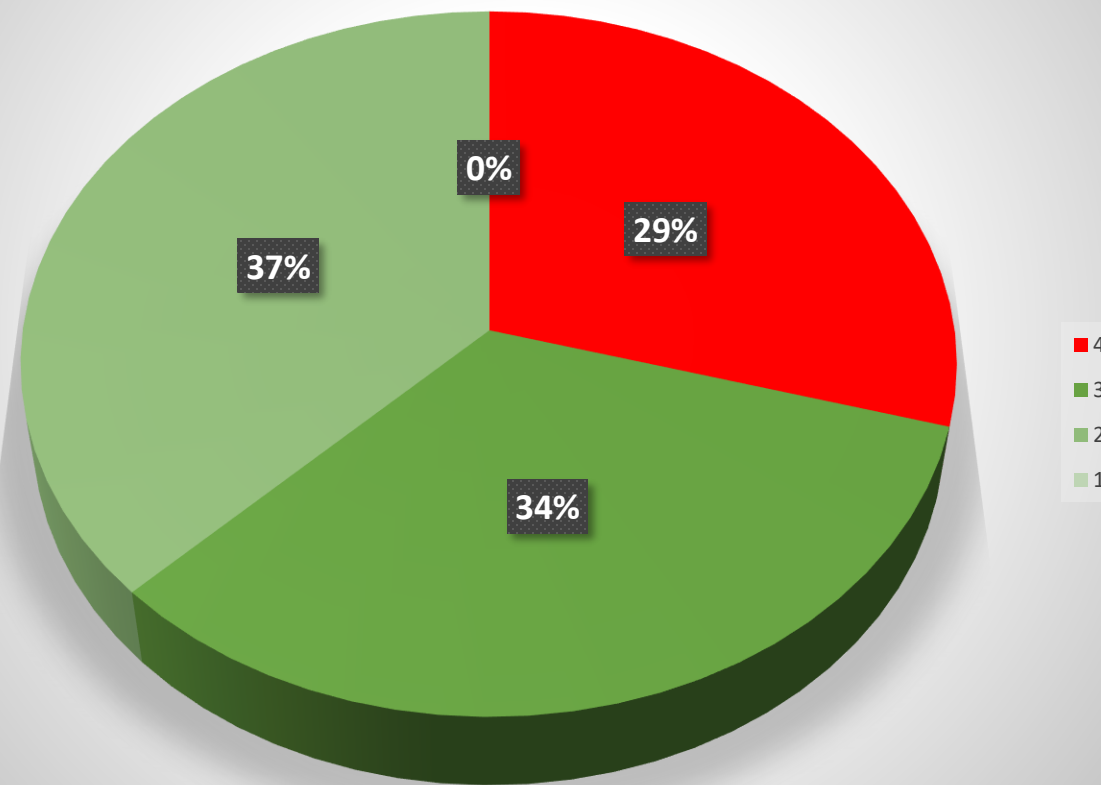


Liczba kont serwisów społecznościowych wojewódzkich bibliotek 2008 vs.2023  
 na osi x zaznaczono rok, w którym założono pierwsze konto w danym serwisie

Procentowy udział wojewódzkich bibliotek **pedagogicznych** ze względu na liczbę serwisów społecznościowych, na których mają konta

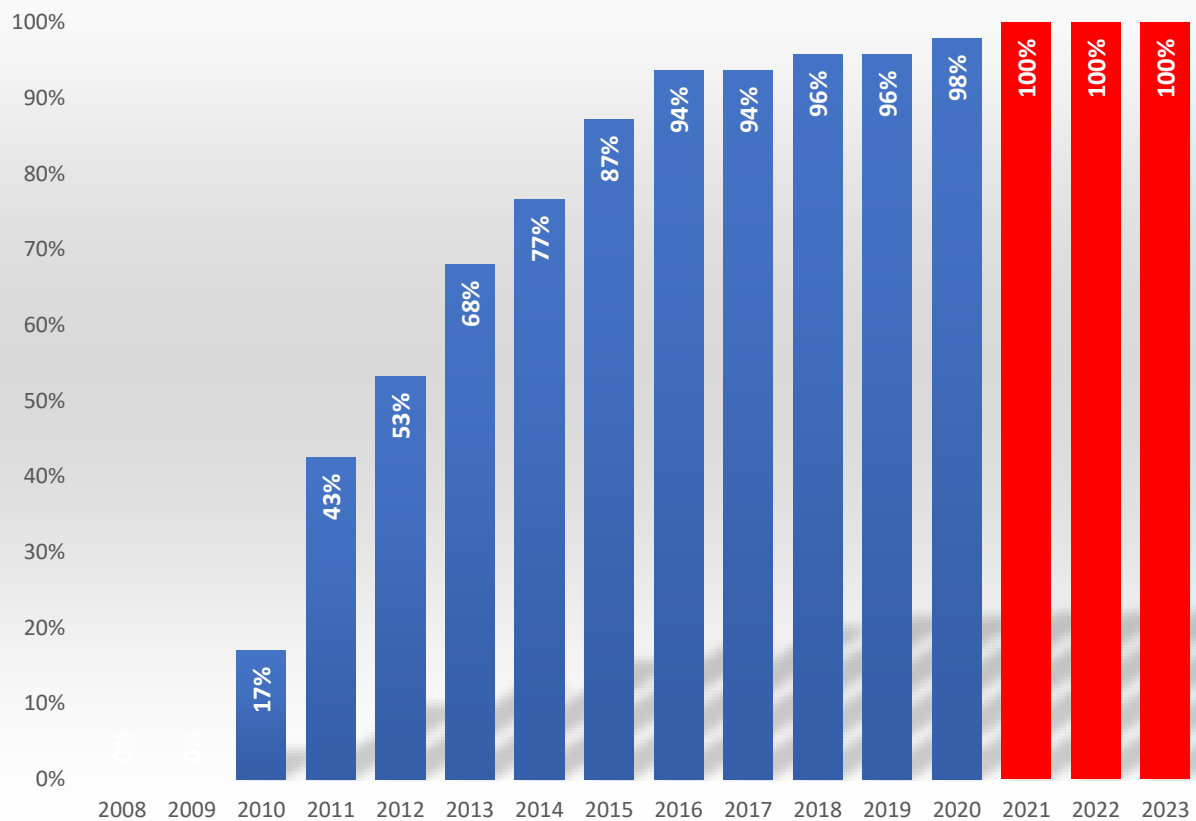


Procentowy udział wojewódzkich bibliotek **publicznych** ze względu na liczbę serwisów społecznościowych, na których mają konta



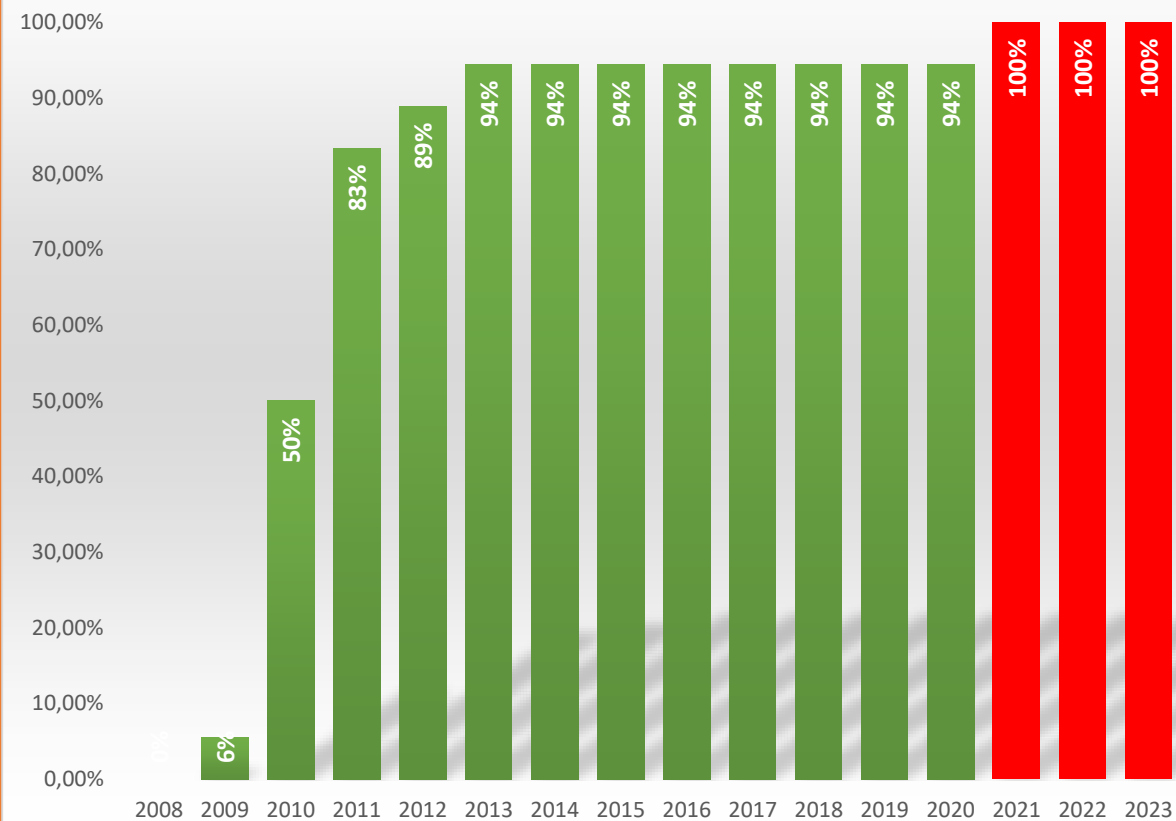
## Facebook Liczba kont

wojewódzkich bibliotek **pedagogicznych** (2008-2023) N=47

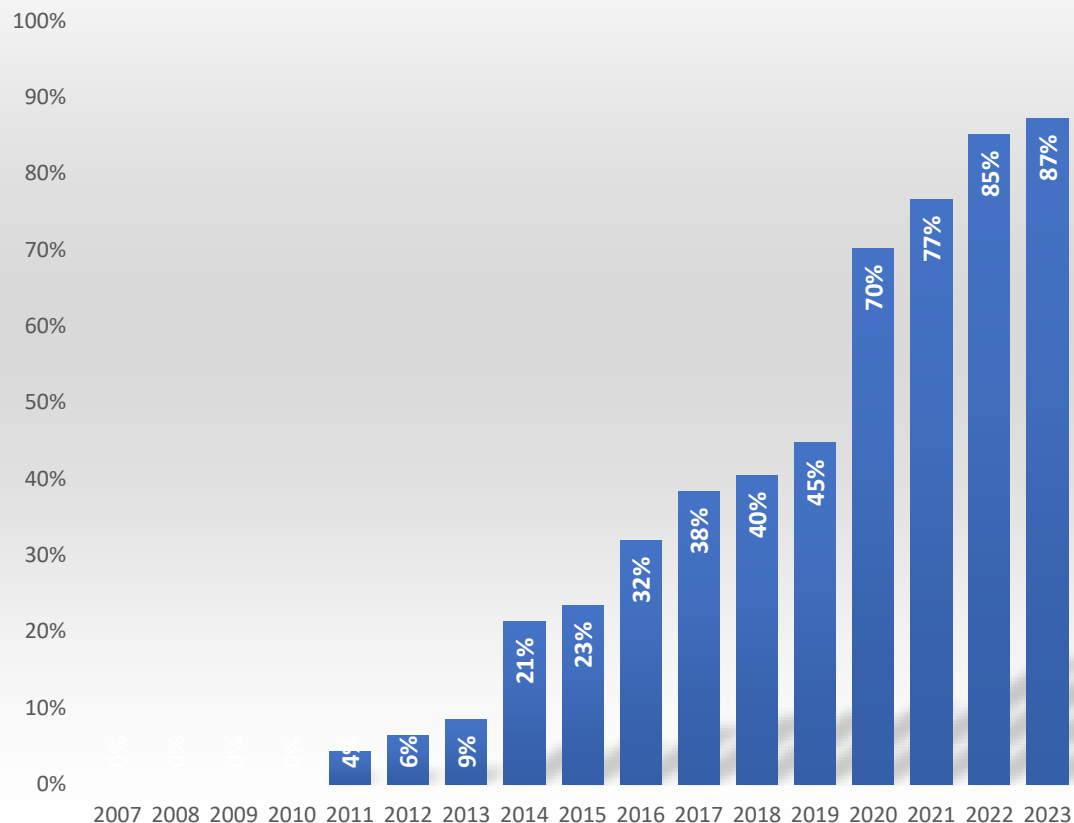


## Facebook Liczba kont

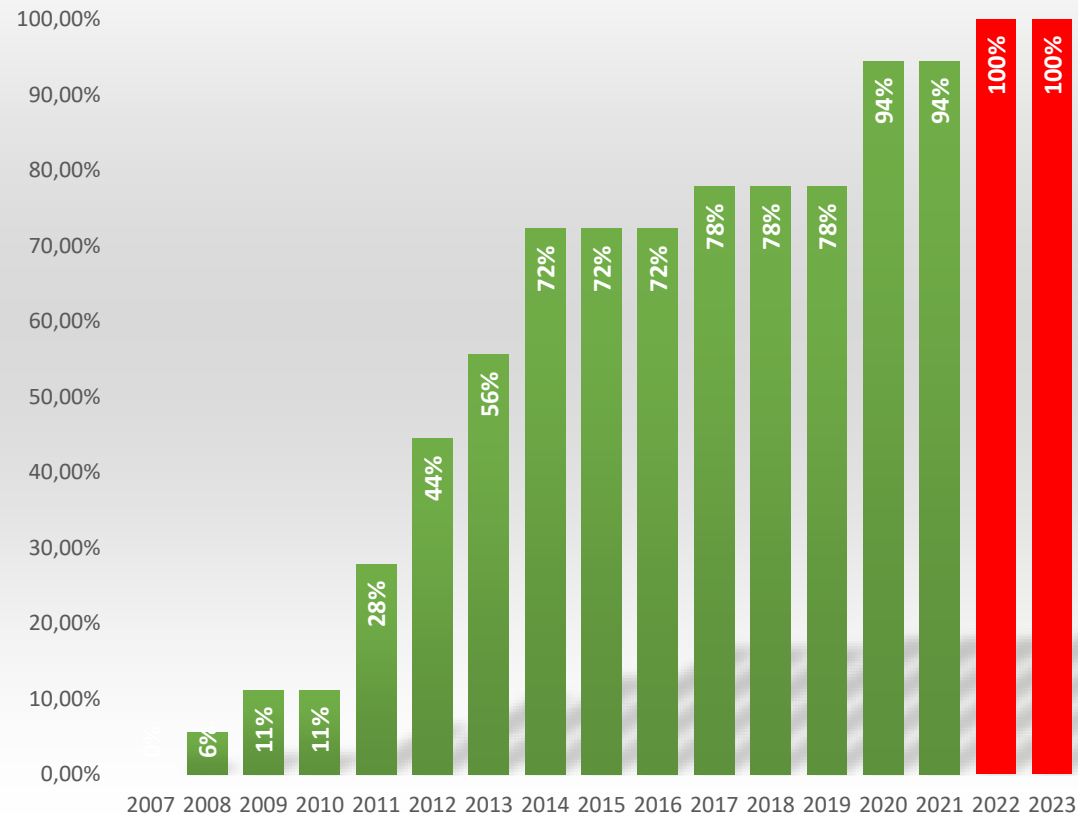
wojewódzkich bibliotek **publicznych** (2008-2023) N=18



## You Tube Liczba kont wojewódzkich bibliotek **pedagogicznych** (2008-2023) N=47

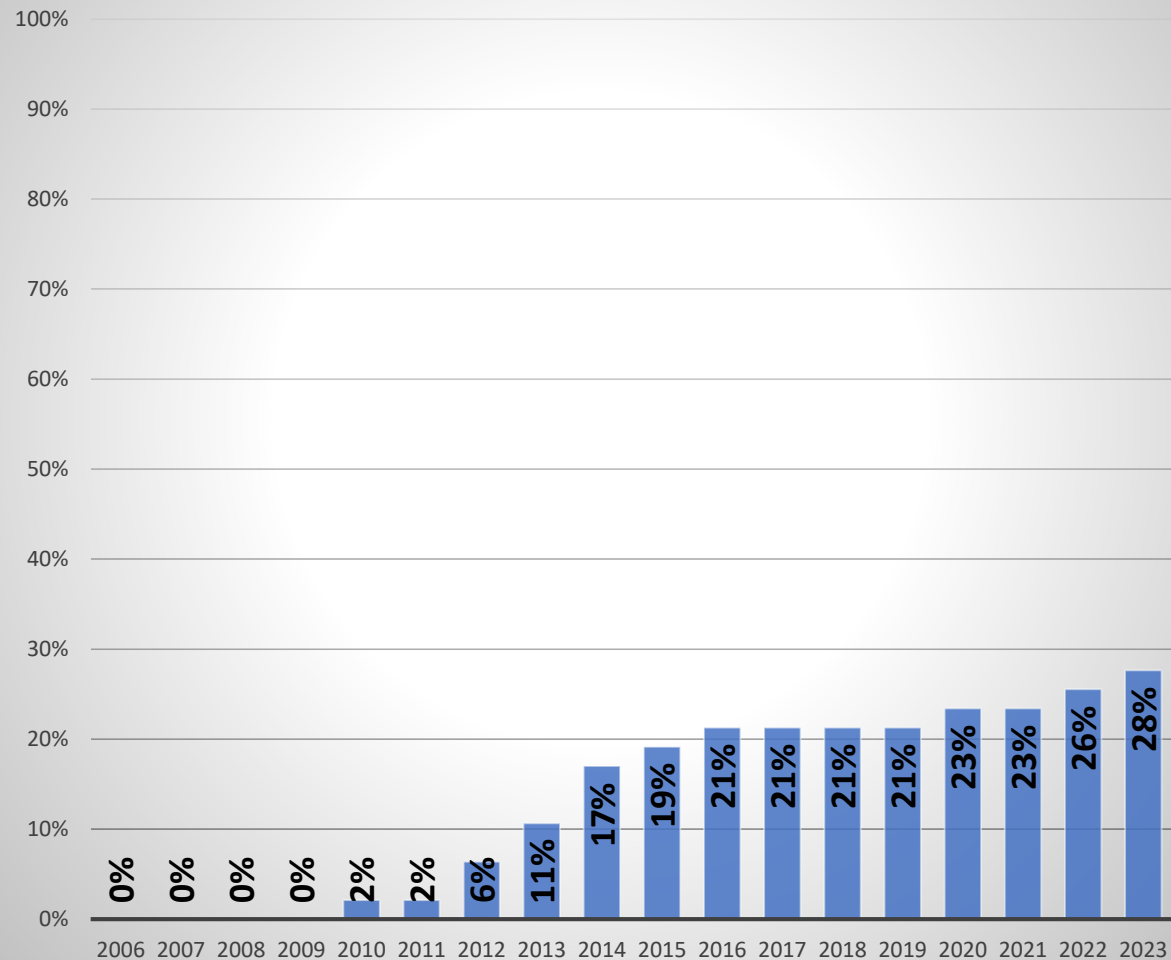


## YouTube Liczba kont wojewódzkich bibliotek **publicznych** (2007-2023) N=18



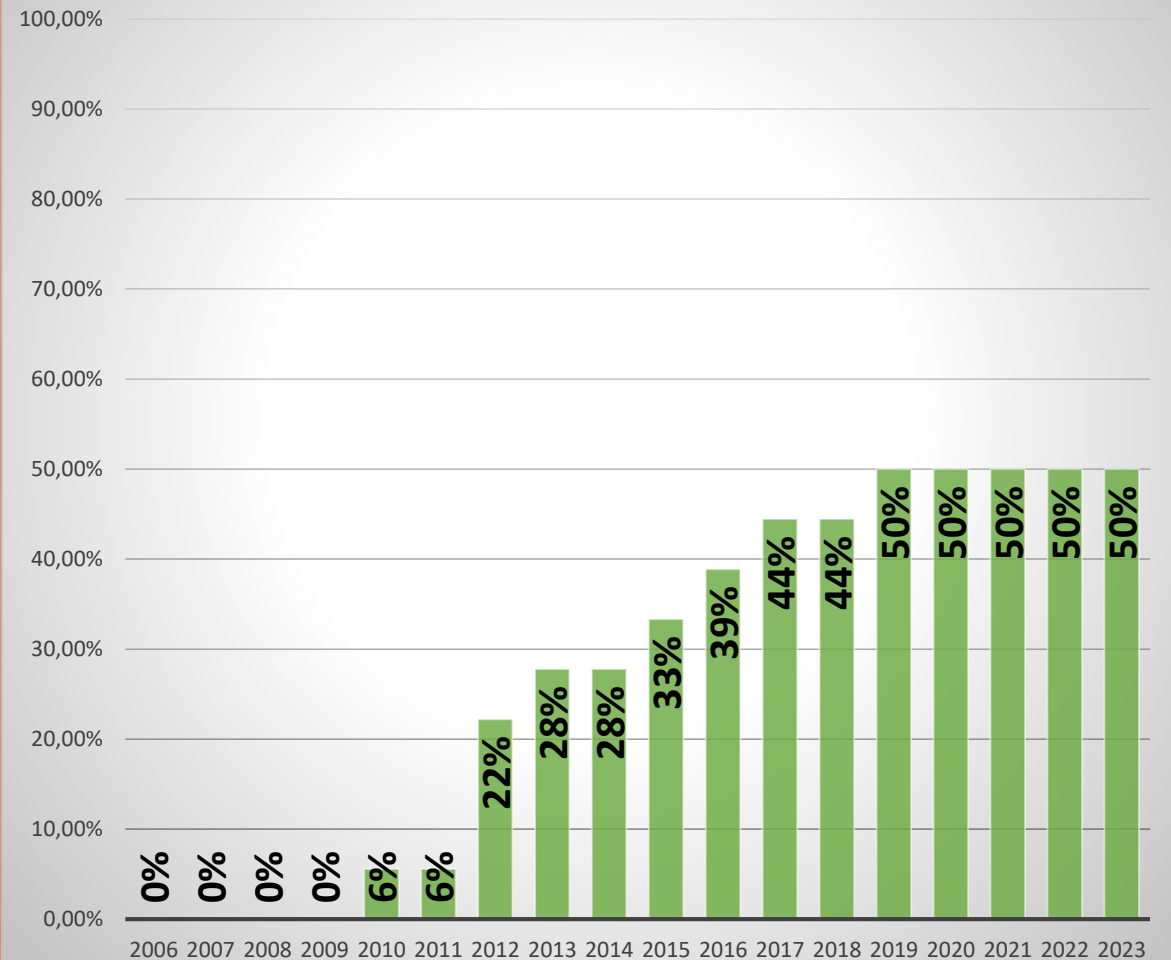
## X/Twitter Liczba kont

wojewódzkich bibliotek **pedagogicznych** (2008-2023) N=47



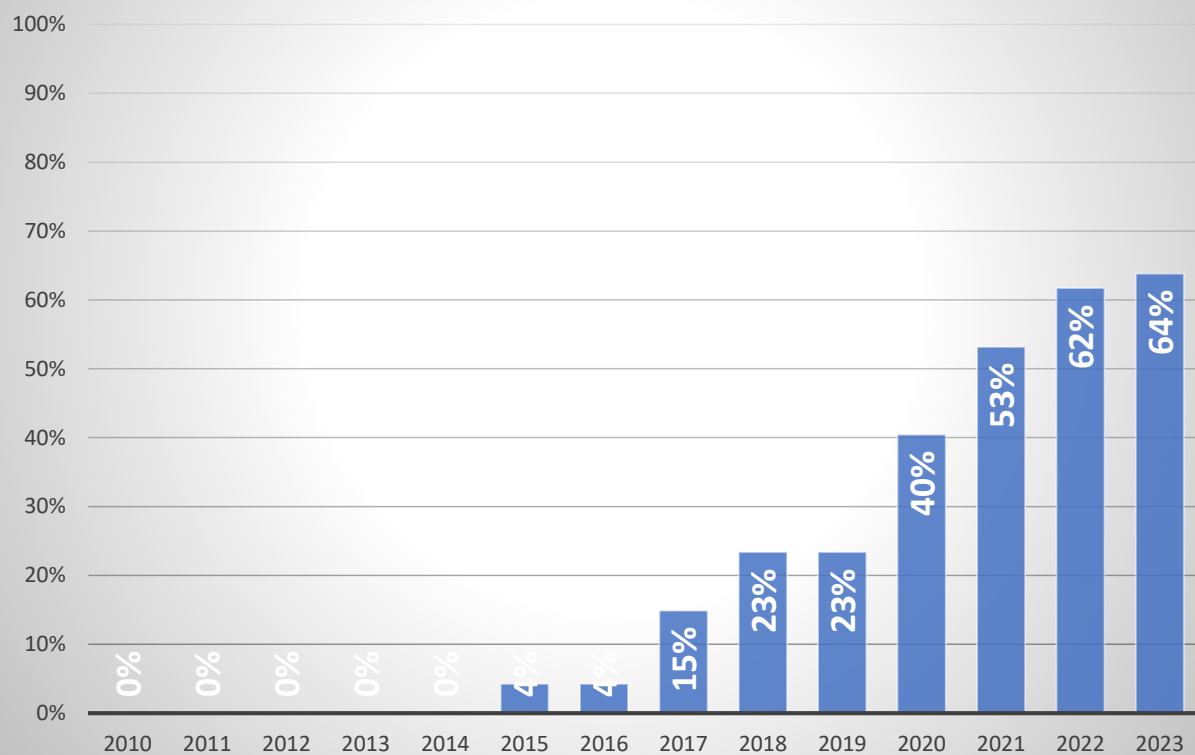
## X/Twitter Liczba kont

wojewódzkich bibliotek **publicznych** (2006-2023) N=18



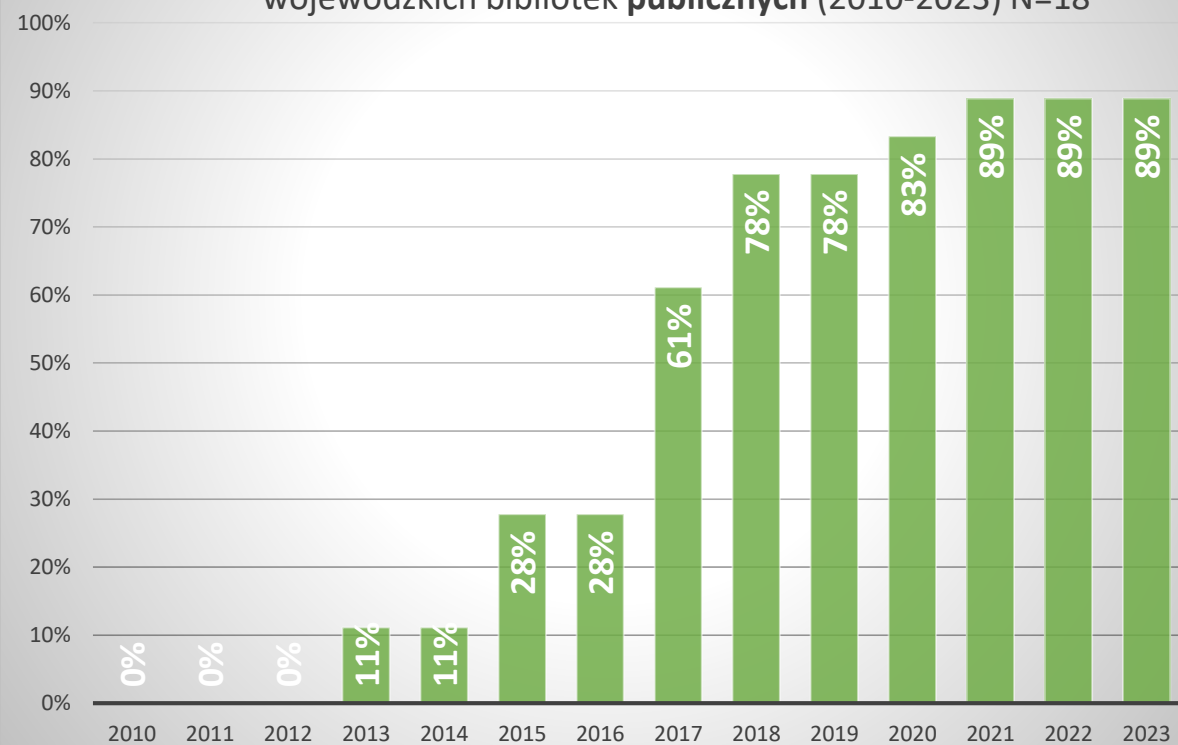
# Instagram Liczba kont

wojewódzkich bibliotek **pedagogicznych** (2010-2023) N=47

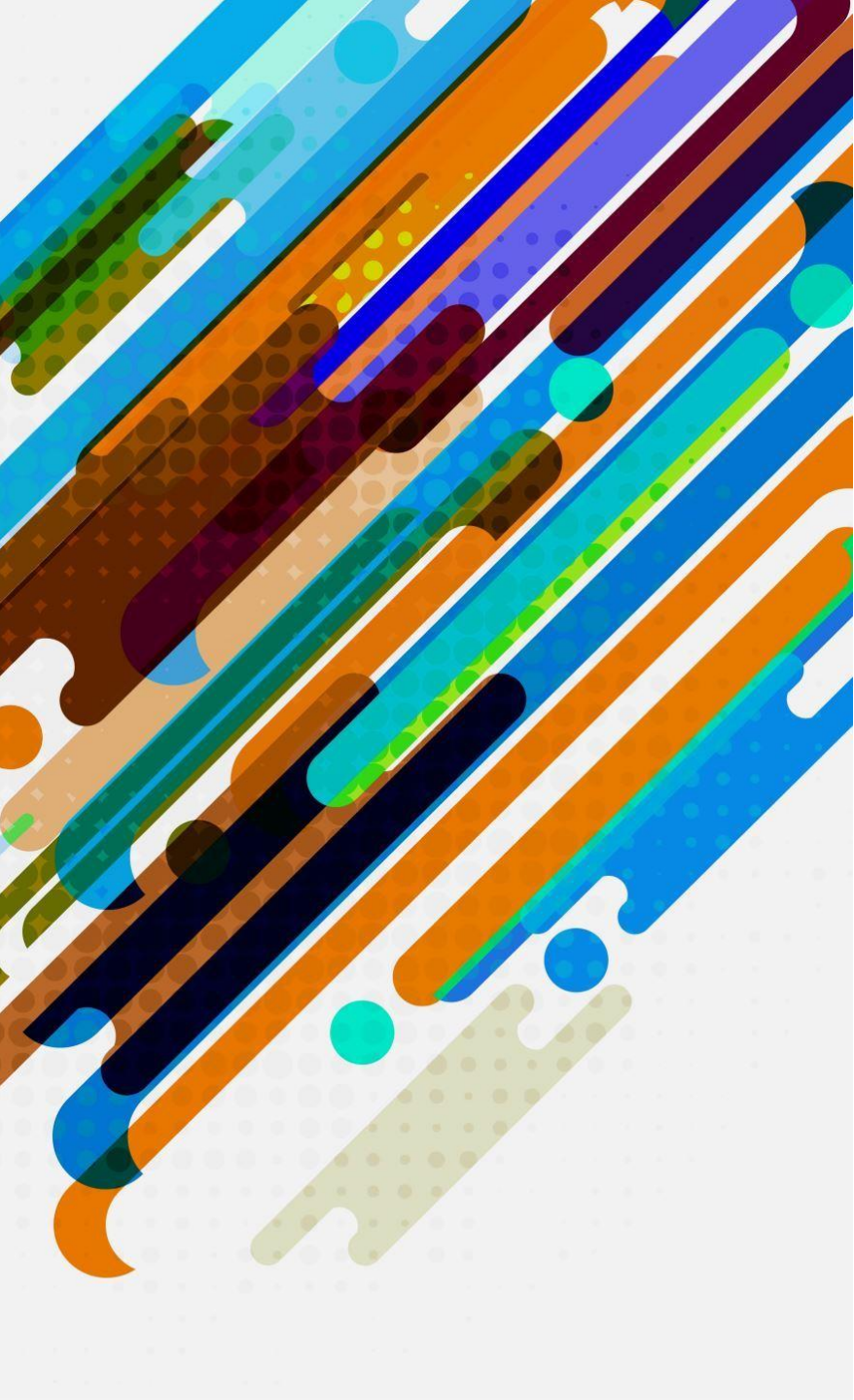


# Instagram Liczba kont

wojewódzkich bibliotek **publicznych** (2010-2023) N=18







# Bookfluencerzy



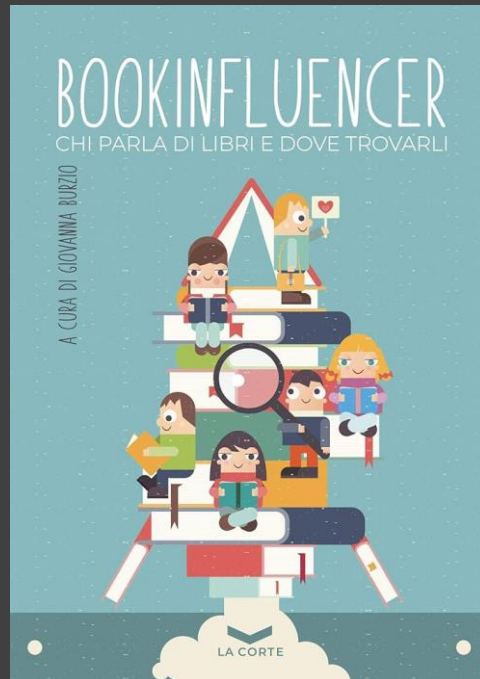
## Bookternet

---

Międzynarodowe internetowe społeczności książkowe, obecne w serwisach społecznościowych, takich jak:

- Pinterest
- Tumblr
- Twitter
- BookTube (podspołeczność YouTube)
- Bookstagram (hashtagowa społeczność w serwisie Instagram)
- BookTok

# Bookinfluencers



- **Społeczność** internetowych twórców treści o książkach.
- Cechą charakterystyczną "książkowych SMI (**social media influencer**)" jest wykorzystywanie aktualnie rozpowszechnionych mediów jako środków komunikacji. Początkowo były to serwisy Blogger, WordPress czy Myspace, a w ostatnich latach są oni obecni wśród społeczności YouTube, Instagrama i TikToka.
- **Booktuberów** można uznać za nowych "krytyków literackich 2.0".
- **Bookinfluencers** kierują się „wirtualną lokalizacją” i motywami swojej docelowej publiczności. Wybierają więc serwisy, które służą rozrywce takie jak YouTube, Instagram czy TikTok.
- **Bookfluencers** są obecni na wielu platformach jednocześnie (multimodalność).

- Guiñez-Cabrera, N., & K. Mansilla-Obando (2022). Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok | Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros a través de TikTok. *Comunicar*, 30(71), 1-12, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1341310.pdf>
- Magadán-Díaz, M. & J. I. Rivas-García (2023). Persuasion and Engagement in the Spanish Bookfluencers. *Publishing Research Quarterly* 39(3), 1-15. DOI: [10.1007/s12109-023-09958-w](https://doi.org/10.1007/s12109-023-09958-w)
- Roig-Vila, R., H. Romero-Guerra, J. Rovira-Collado (2021), BookTubers as Multimodal Reading Influencers: An Analysis of Subscriber Interactions. *Multimodal Technologies and Interaction*, 5(7),9, DOI: <https://doi.org/10.3390/mti5070039>.

# BookTube community



- grupa twórców, którzy za pośrednictwem serwisu YouTube upowszechniają informacje o dziełach literackich oraz o ich odbiorcach
- "usieciowiona społeczność wiedzy" ("networked knowledge community"), której członkowie uczą się poprzez wzajemną interakcję i wymianę pytań, komentarzy i pomysłów na temat literatury
- społeczność **łączą wspólne zasady**, hierarchia wartości i ulubione gatunki literackie

- Roig-Vila R., H. Romero-Guerra, J. Rovira-Collado (2021). BookTubers as Multimodal Reading Influencers: An Analysis of Subscriber Interactions. *Multimodal Technologies and Interaction*, 5(7), 9, <https://doi.org/10.3390/mti5070039>
- Tomasena, J. M. (2021). Who are the booktubers? Characteristics of Spanish-language literary video bloggers (¿Quiénes son los bookTubers? características de los video-blogueros literarios en lengua Española). *Archivos*, 20, 2, <https://www.revistaocnos.com/index.php/ocnos/article/view/179>; [https://doi.org/10.18239/ocnos\\_2021.20.2.2466](https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.2.2466)
- Sorensen, K., & A. Mara (2013). BookTubers as a networked knowledge community. In: M. Limbu & B. Gurung (eds.), *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices Integrating Social Media and Globalization*, pp. 87-99. Hershey: Information Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4757-2.ch004>

# BookTube content

---

Perkins, K. (2017). The boundaries of BookTube. *The Serials Librarian*, 73(34), 352-356, [https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0361526X.2017.1364317?casa\\_token=QgZbPHnQHEkAAAAA:VAzPTg\\_sh90xuQSGDe0tY6N1IKq2HE8Lv5EVOAFtnkYrol1K6-GbkCcnynw9KYuVNZnsKQFUreLAYw](https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0361526X.2017.1364317?casa_token=QgZbPHnQHEkAAAAA:VAzPTg_sh90xuQSGDe0tY6N1IKq2HE8Lv5EVOAFtnkYrol1K6-GbkCcnynw9KYuVNZnsKQFUreLAYw).

Rozmus, K, (2021) [24 March]. Haul zakupowy – co to jest i dlaczego cieszy się popularnością. *WP Kobieta*. Dostępny w internecie: <https://kobieta.wp.pl/haul-zakupowy-co-to-jest-i-dlaczego-cieszy-sie-popularnoscia-6621450742594400a,09.07.2023>.

- pierwotnie były to recenzje książek
- obecnie są to tzw.:
  - ✓ vlogs
  - ✓ challenges
  - ✓ hangouts
  - ✓ hauls
  - ✓ unboxings
  - ✓ rankingi, listy, np.: TBR („to be read”)
  - ✓ „Wrap-Ups”
  - ✓ wywiady
  - ✓ read-along

# BookTube – ranking polskich kanałów o książce

- Stan na 14.11.2023. Ranking sporządzono na podstawie wyników wyszukiwania w serwisie YouTube oraz popularne rankingi dostępne na stronach internetowych m.in.
  - Zaksiązkowane [Strona główna]. YouTube. Pobrano 14.11.2023 z: <https://www.youtube.com/@zaksiazkowane8428/featured>.
  - Literaccy [Strona główna]. YouTube. Pobrano 14.11.2023 z: <https://www.youtube.com/@literaccy>.

Nazwa kanału	Liczba subskrypcji
Zaksiązkowane	<b>217 tys.</b>
Literaccy	44,5 tys.
Doktor Book	43,8 tys.
Okoń w Sieci	38,1 tys.
Get Booky	32,3 tys.
Dziendoverek	27,0 tys.
Książki rządzą	22,1 tys.

# Zaksiążkowane



**Zaksiążkowane**

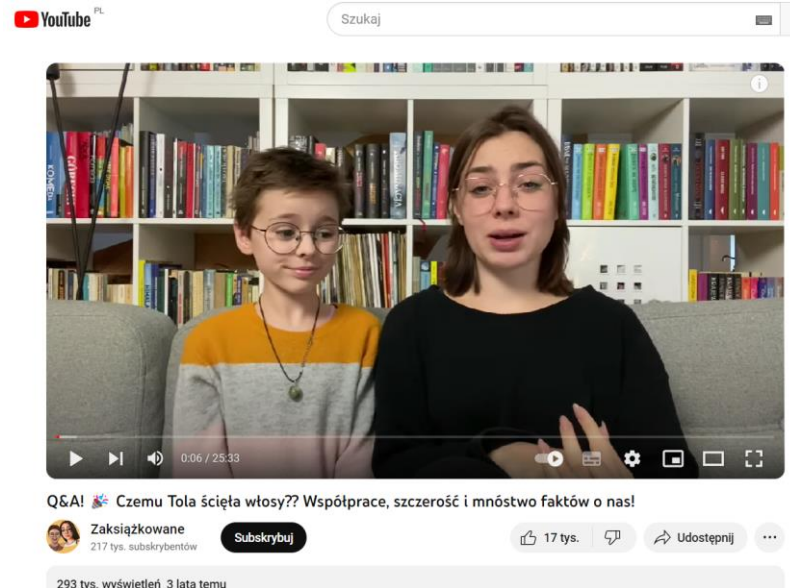
@zakiazkowane8428 · 217 tys. subskrybentów · 398 filmów

Więcej informacji o tym kanale >

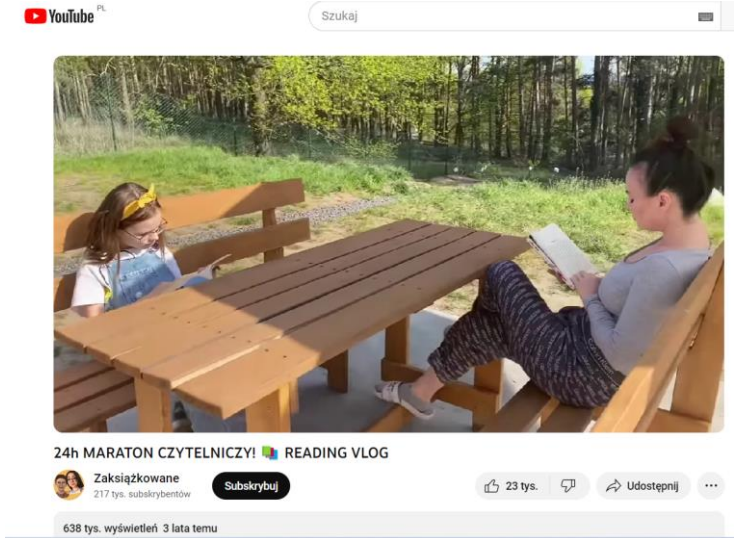
Subskrybuj

Data dołączenia: :  
13 października 2019 roku  
398 filmów

Więcej informacji o tym kanale W:  
Zaksiążkowane. Pobrany 14.11.2023  
z: <https://www.youtube.com/@zakiazkowane8428>.



**Zaksiążkowane, Q&A! Czemu Tola ścięła włosy?? Współprace, szczerosc i mnóstwo faktów o nas!**



Zaksiążkowane, 24h MARATON CZYTELNICZY! READING VLOG [2020, 26 kwietnia]. Pobrany 12.11.2023  
z: [https://youtu.be/oJ5ya2WoBH4?si=m1Tf5Trqe5qIN\\_Es](https://youtu.be/oJ5ya2WoBH4?si=m1Tf5Trqe5qIN_Es).

# Literaccy



Literaccy, Książki, które zmieniły nasze życie!  
📖 📖, [2020, 19 września]. Pobrane 14.11.2023  
z: [https://www.youtube.com/watch?v=JPKuWD1N\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=JPKuWD1N_E).

YouTube



Literaccy, Odpowiadamy NA PYTANIA 📖 Jak się poznaliśmy, ile mamy lat i skąd mamy pieniądze na książki? 📖 [2020, 3 października]. Pobrane 14.11.2023  
z: <https://www.youtube.com/watch?v=TFFHWfygu8s>.



Cześć wszystkim! [post] w: Społeczność.  
Zaksiążkowane [2020]. Pobrane 14.11.2023  
z: [https://www.youtube.com/channel/UCP0LnBmI\\_CVq5gaDD6qcsxw/community?lb=UgxG\\_nEKr7LzjFC\\_JOJ4AaABCQ](https://www.youtube.com/channel/UCP0LnBmI_CVq5gaDD6qcsxw/community?lb=UgxG_nEKr7LzjFC_JOJ4AaABCQ).

Data dołączenia: :  
4 września 2020  
199 filmów

Więcej informacji o tym kanale W: Literaccy.  
Pobrane 14.11.2023 z: [https://www.youtube.com/channel/UC33dYmFQj\\_nYL8EetkZsk9w](https://www.youtube.com/channel/UC33dYmFQj_nYL8EetkZsk9w).



**Literaccy**

@literaccy · 44,5 tys. subskrybentów · 199 filmów

Więcej informacji o tym kanale >

[instagram.com/\\_literaccy\\_](https://www.instagram.com/_literaccy_)

Subskrybuj

Glówna Video Playlisty Społeczność 🔍



# Doktor Book



## Doktor Book

@DoktorBook · 43,8 tys. subskrybentów · 501 filmów

Cześć, mam na imię Nikola i uwielbiam czytać książki. Możecie się spodziewać wielu rece... >

[instagram.com/doktor.book](https://www.instagram.com/doktor.book) i jeszcze 1 link

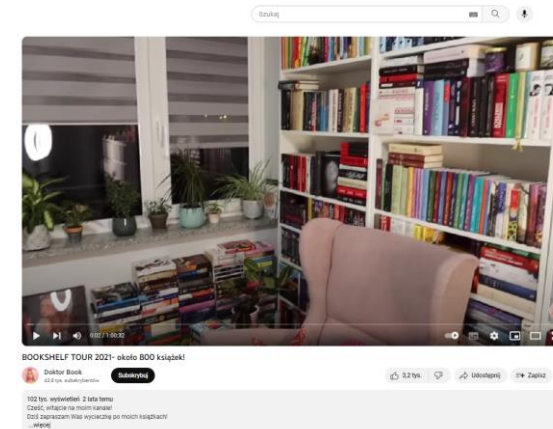
Subskrybuj

Data dołączenia:  
9 stycznia 2019  
501 filmów

Więcej informacji o tym kanale W: Doktor Book.  
Pobrane  
14.11.2023 z: <https://www.youtube.com/c/DoktorBook>.

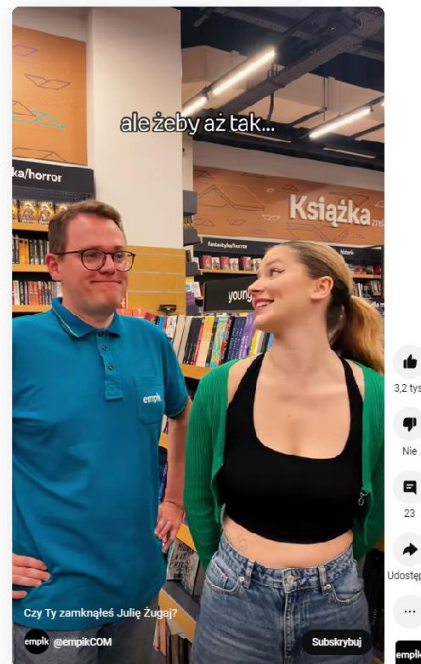


Doktor Book, FIRST SENTENCE CHALLENGE z Zuzanną! 🗣️ 📖  
| Dr Book, [2022, 27 kwietnia], Pobrane 14.11.2023  
z: <https://www.youtube.com/watch?v=fLHjDM8NvxE..>

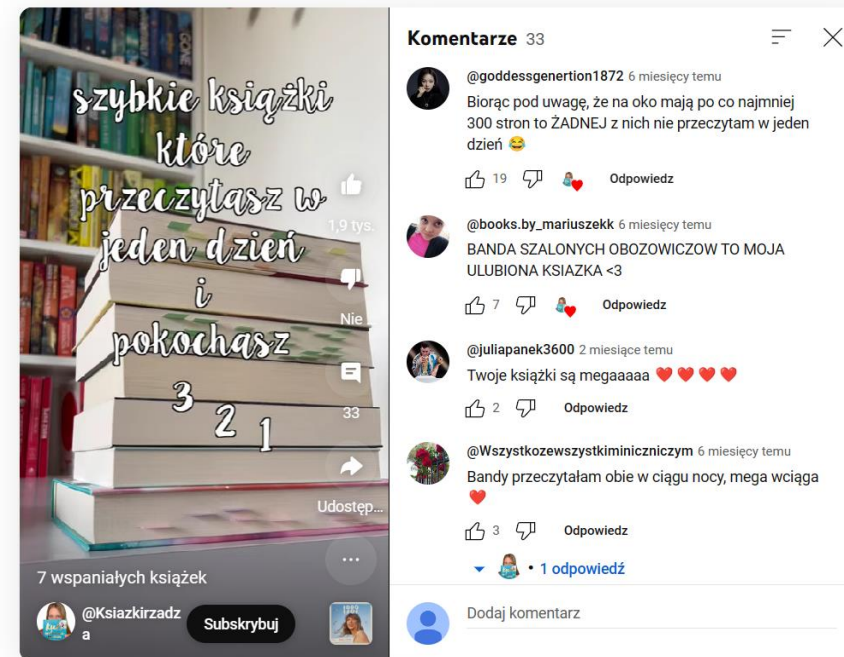


Doktor Book, BOOKSHELF TOUR 2021- około 800 książek! [2021, 10 października].  
Pobrane 14.11.2023  
z: <https://www.youtube.com/watch?v=Ma5xCdnxzXo>.

BookTube  
i BookTok  
jako nowa  
forma promocji  
książki



Empik: Czy Ty zamknąłeś Julię Żugaj. Pobrano 14.11.2023 z: <https://youtube.com/shorts/A-TWO4hu1Ck?si=Ye6JuhO1Hqvcvib>.



Książki rządzą, 7 wspaniałych książek, Pobrano 12.11.2023 z: [https://youtube.com/shorts/qf4\\_x8Y3ZHl?si=Dn98EMelGgS9md1e](https://youtube.com/shorts/qf4_x8Y3ZHl?si=Dn98EMelGgS9md1e)

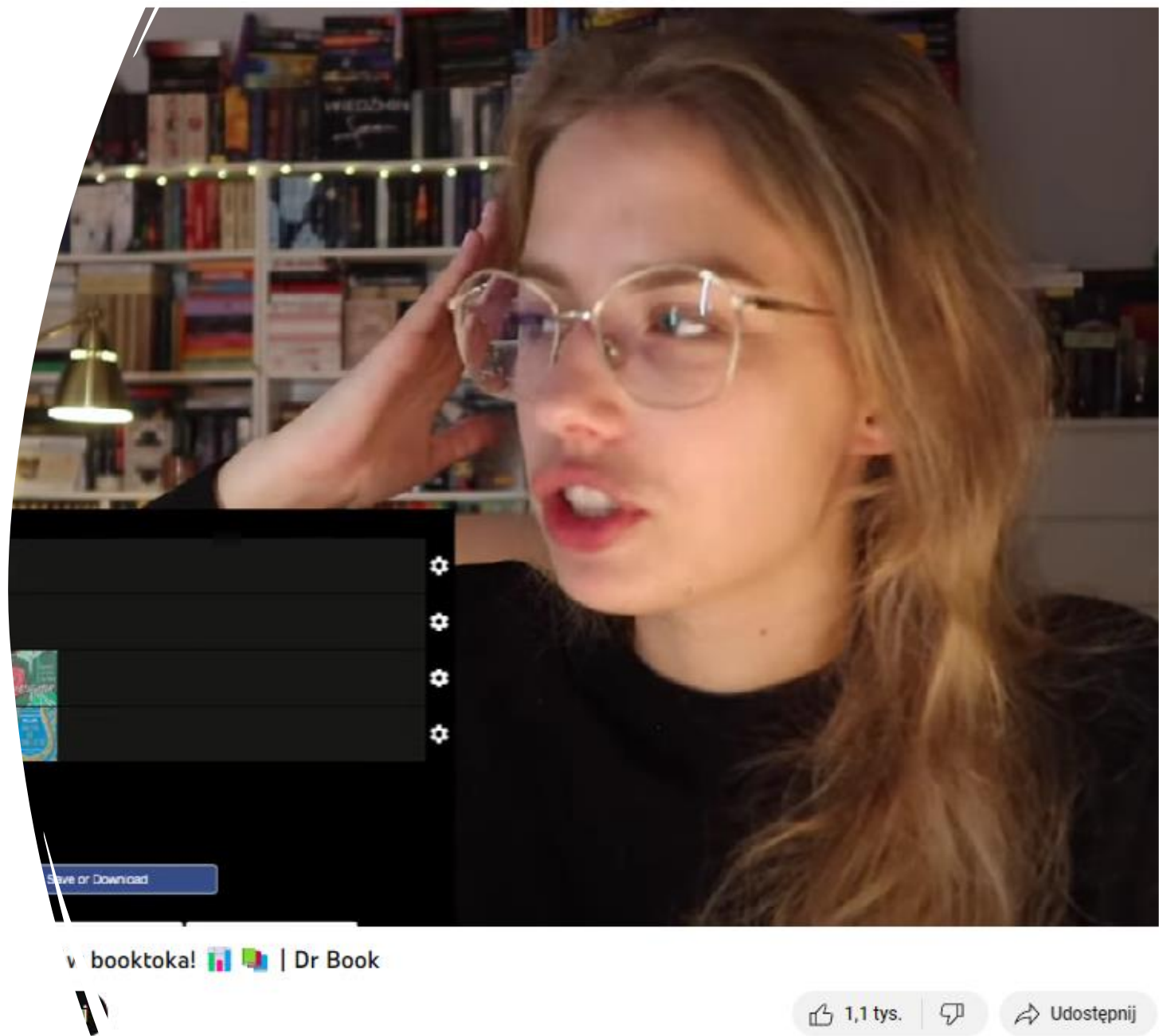
# BookTubers

## a kultura czytelnicza

---

TIER RANKING książkowych hitów  
booktoka!, 16 listopada 2022,  
Pobrane 14.11.2023

z: <https://www.youtube.com/watch?v=D9gWp9gbaEg>.



# Potencjał edukacyjny formatów Book lub/i V- influencerów

Instagram

Zaloguj się

energiaellen

Obserwuj

Wyślij wiadomość



Posty: 44

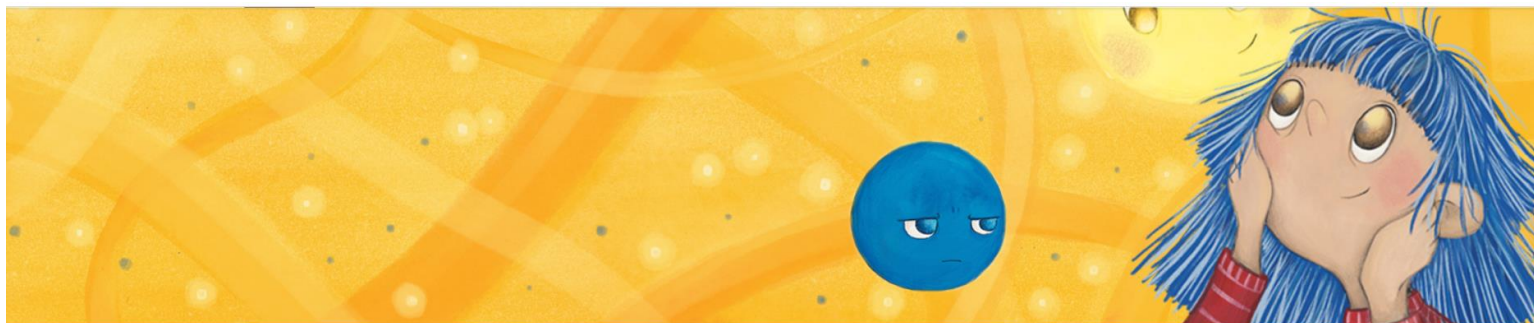
351 obserwujących

Obserwowani: 6

Ellen

- ⚡ energiaseikkailija
- 🟢 virtuaalivaikuttaja
- 💬 contact: DM
- 👉 Hyppää mukaan mun seikkailuun!
- #ElleninEnergiaseikkailu
- 🌐 [www.helen.fi/ellenin-energiaseikkailu](http://www.helen.fi/ellenin-energiaseikkailu) + 2

Energiaellen. Instagram Pobrane 14.11.2023 z: <https://www.instagram.com/energiaellen/>.



## Ellen's energy adventure


The energy transition affects children and young people above all. Therefore, it is important that they receive reliable energy information that is also age appropriate and inspiring. Ellen's energy adventure is an enjoyable and educational children's book about energy.

📖 [Leap into the adventure - read or download the e-book](#)

Ellen's energy adventure [ebook]. Helen [Official website]. Pobrane 14.11.2023 z: <https://www.helen.fi/en/about-us/helen-ltd/energy-education/ellens-energy-adventure>.

AI TURNS A CHILDREN'S BOOK HEROINE INTO A VIRTUAL INFLUENCER. Kurio. Pobrane 14.11.2023 z: <https://kurio.fi/en/ai-turns-a-childrens-book-heroine-into-a-virtual-influencer/>.

# Książkary, książkomaniaczki...



TYPY NAUCZYCIELI  
KSIĄŻKARA

3,9 tys.

Nie ...

54

Udostępnij...

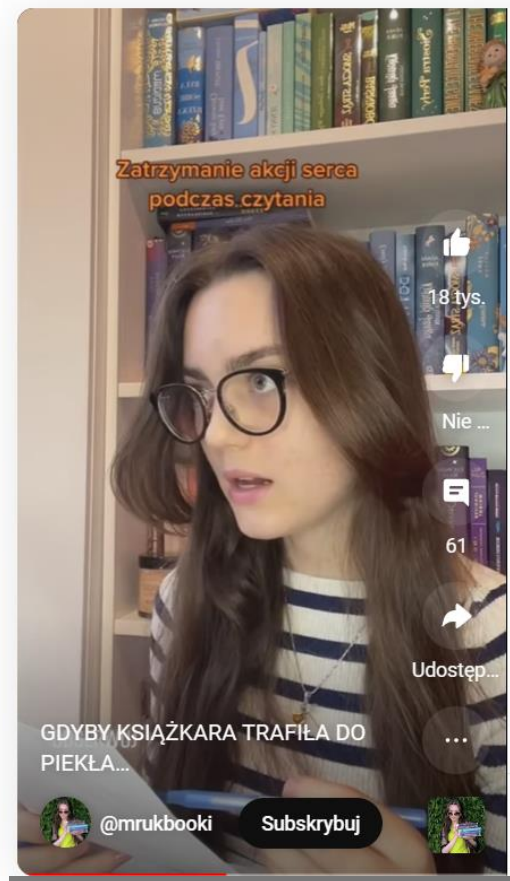
Udostępnij

Subskrybuj

Książkara w klasie #shorts

@bielavsky7837

<https://youtube.com/shorts/iZEVZLz9PkM?si=4eySq7MBvnTb4ibS>



Zatrzymanie akcji serca podczas czytania

18 tys.

Nie ...

61

Udostępnij...

Udostępnij

Subskrybuj

GDYBY KSIĄŻKARA TRAFIŁA DO PIEKŁA...

@mrukbooki

Komentarze 61

Udostępnij

Odpowiedz

@pikafoxyt8499 1 rok temu

Na twojej półce zobaczyłem drugi tom "Baśnioboru Smoczej Straży". Aktualnie czytam pierwszy tom pierwszy. Jestem wielkim fanem tej serii

5

Odpowiedz

@kanya1134 1 rok temu

Uwielbiam twoje filmiki

8

Odpowiedz

@KawaiiOlqa 1 rok temu

Fajnie, ja wolę mangi, nie ciągnie mnie jakoś do książek :)

2

Odpowiedz

@igastachowska350 5 miesięcy temu

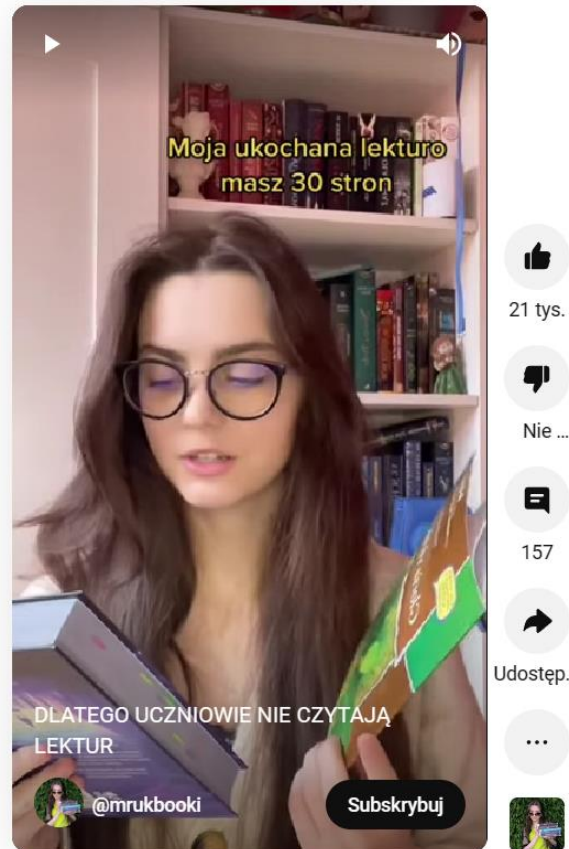
Piekło to poprostu miejsce bez literatury

Odpowiedz

Dodaj komentarz

[https://youtube.com/shorts/hB26X\\_IT5R8?si=WeQWFjYR8xrK0ITE](https://youtube.com/shorts/hB26X_IT5R8?si=WeQWFjYR8xrK0ITE)


Polityka  
gromadzenia  
zbiorów  
a serwisy  
społecznościowe



Mrookbuki, Dłatego uczniowie nie czytają lektur, Pobrane 12.11.2023  
z: <https://youtube.com/shorts/qvVogzwUwGQ?si=Fmbbpk3SdPvLYPCr>



POV: Mała ja czytająca książki. Pobrane 12.11.2023  
z: <https://youtube.com/shorts/F51BMmt5ERE?si=yIAAY5t4LerXsh6l>

- 
- naśladowanie istniejących formatów/gatunków rozpowszechnionych w danych serwisach  
Wykorzystanie form komunikacji i sposobów ewaluacji profilu zaczerpniętych od bookinfluencerów
  - włączenie się w społeczności booktubowe i zapoznanie się oraz kształtowanie współczesnej kultury czytelniczej
  - zajęcie należnego miejsca w obrębie współczesnej kultury czytelniczej
  - włączenie się w propagowanie wartościowych profili bookfluencerskich i omawianie w nich książek
  - możliwość rozpoznania i pochylenia się nad potrzebami społecznymi i indywidualnymi czytelników
  - tworzenie collabów (wspólnych kont wielu bibliotek w serwisach)
- 

**INSPIRACJE DLA BIBLIOTEKARZY**

# Wyzwania/challenges



- zwiększenie liczby followersów
- administrowanie mediami – personel i czas
- mierzenie efektywności za pomocą analiz statystycznych i jakościowych
- zarządzanie obserwatorami
- opracowanie strategii
- prawa autorskie

Źródło:

<https://ebookfriendly.com/how-libraries-use-social-media-infographic/>



# Serwisy społecznościowe a kultura czytelnicza

algorytm jako nowa forma  
"cenzury"?/promocji? treści o książkach

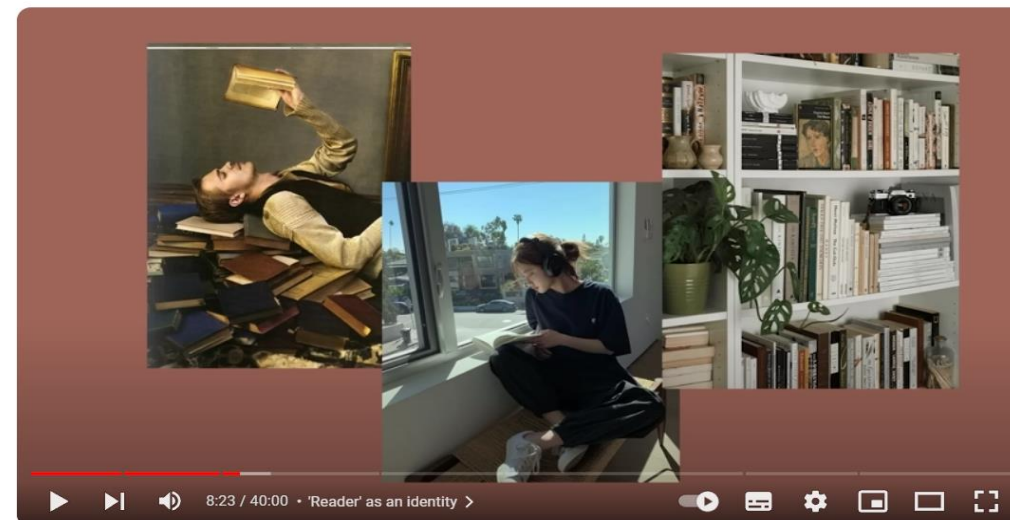
rekomendacje są  
konsekwencją preferencji większości

prezentacja "estetyki literackiej" zamiast  
faktycznego zainteresowania literaturą

bycie czytelnikiem jako element  
tożsamości w social mediach



Szukaj



is tiktok ruining reading? & the desire to be 'a reader'



The Book Leo  
454 tys. subskrybentów

Subskrybuj

36 tys.



Udostępnij



**The Book Leo, Is tiktok ruining reading? & the desire to be 'a reader'.**  
Pobrane 2.11.2023 z: <https://youtu.be/gu2Q1unqr7U?si=ctmTliKfxqyOeBot>.

# Wskazówki dotyczące publikowania

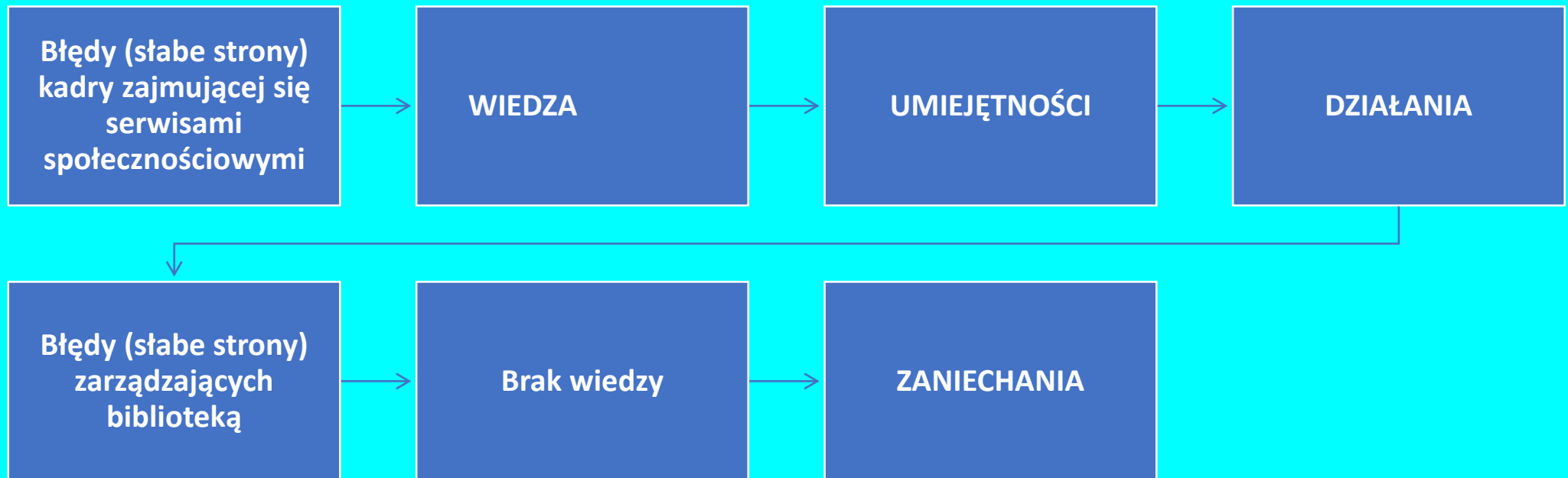
---

- konieczność zaangażowania w promocję wybranego pracownika (ków) – tzn. „autorów treści”
- zaufanie dyrekcji do takiej osoby, która wypowiada się w imieniu biblioteki
- mile widziane pokazywanie „kulis” „Trzeba być otwartym względem odbiorców – cieszyć się z sukcesów, ale i informować o problemach i rozwiązaniach, które trzeba było wdrożyć, aby dostosować usługę do potrzeb użytkowników)”
- zachęcanie użytkowników do aktywności „zachęty do dyskusji lub dodania interesującego pliku wideo, audio, fotografii czy materiału innego typu. Można również poszukać wśród swojej społeczności ambasadorów, czyli osób przekonanych o wartości profilu biblioteki, którzy będą go promować w sposób ciągłego zaangażowania.”
- tworzenie sprawozdań składających się z sugestii internautów i przekazywanie ich pracownikom biblioteki
- udzielanie odpowiedzi na pozytywne i negatywne komentarze „Reakcja na negatywną opinię musi mieć charakter otwarty oraz wyważony, gdyż członkom społeczności da to do zrozumienia, że biblioteka liczy się z ich zdaniem.”

Źródło: MACHCIŃSKA, K. (2014). Media społecznościowe w bibliotece-rodzaje, funkcje, strategia działania. W: M. Odlanicka-Poczobutt, K. Ziolo (red.), Biblioteka akademicka. Infrastruktura-uczelnia-otoczenie, Gliwice, 24-25 października 2013 r., Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, s. 271-274. Dostęp: [http://delibra.bg.polsl.pl/Content/15554/Machcinska\\_Katarzyna\\_tekst.pdf](http://delibra.bg.polsl.pl/Content/15554/Machcinska_Katarzyna_tekst.pdf)

# Błędy w promocji

<https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?prevorigin=shell&origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=7xpEYw7al0O7fvnUcF6WO9IA0nAzVwVJIU5hh05f-1hUQUQzU0hYMkdRT1g4R01RQ1dHQ1pPUjdTQi4u&analysis=true>



Źródło: opracowanie własne

# Braki w działaniu KADRY



## Brak

- strategii
- podstawowych informacji o instytucji i jej działalności oraz kadrze
- kontroli (monitoringu, konieczność dopasowania mierników do celów kampanii)
- przycisku CTA (ang. Call to Action) zachęcającego odbiorców do działania
- konkursów
- różnorodności przekazu
- hashtagów (lub niewłaściwe ich użycie)
- wizualnej spójności
- regularności publikacji
- uwzględniania potrzeb odbiorców
- targetowania

# Braki w działaniu KADRY



## Nieodpasowanie/niedostosowanie

- treści do specyfiki konkretnych serwisów
- treści w serwisie do gustów danego targetu odbiorców
- serwisu społecznościowego w odniesieniu do targetu potencjalnych odbiorców
- długości postów do targetu odbiorców
- języka do targetu odbiorców
- celu (traktowanie profilu w serwisie społecznościowym jako powierzchni reklamowej)

# Braki w działaniu KADRY



## Ignorowanie

- praw autorskich
- niepochlebnych komentarzy
- doniesień o niedociągnięciach produktów
- „konkurencji” (brak rozeznania w tym jak wyglądają profile innych bibliotek)

# Braki w działaniu KADRY



## Usuwanie

- niepochlebnych komentarzy (zamiast odnoszenia się do nich)

## Ujednolicanie

- treści (we wszystkich serwisach publikowanie tych samych treści - użytkownicy śledzący kilka portali dostają wszędzie te same)

# Braki w działaniu ZARZĄDZAJĄCYCH



## Brak wiedzy/ignorancja

brak świadomości w zakresie roli mediów społecznościowych w promocji biblioteki jako instytucji, jej usług i zbiorów

## ZANIECHANIE

brak wytypowanego personelu do prowadzenia serwisów społecznościowych

brak doskonalenia kadry w zakresie wiedzy i umiejętności służących prowadzeniu mediów społecznościowych





# Bibliografia w wyborze

Adamik-Szysiak, M. (2018). Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych. Lublin, Wydaw. Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, file:///C:/Users/Acer/Desktop/SBP%20Wyk%C5%82ad%20listopad/Strategie%20komunikowania%20podmiot%C3%B3w%20politycznych.pdf

Bacon, M. (2017). How libraries use social media, <https://blog.techsoup.org/posts/how-libraries-use-social-media>

BGPW (2018). Biblioteki i media społecznościowe, <https://bgpw.wordpress.com/2018/01/30/biblioteki-i-media-spoecznościowe/>

Boryczka, B. (2018). Wykorzystanie mediów społecznościowych w bibliotekach pedagogicznych. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy*, 1, <http://ebibojs.pl/index.php/ebib/article/view/80/81M>

Budyńska, M., M. Jezierska oprac. (2021), Stan bibliotek w Polsce. Raport 2017, Warszawa, Biblioteka Narodowa

Dejnaka, B., J. Iwankiewicz-Rak, P. Nogieć, P. Spychała: Marketing społeczny w organizacjach komercyjnych i non profit. Poznań 2013, s. 32, cyt. za: Przybysz, J., P. Pioterek, Media społecznościowe w służbie bibliotek

Dorenda-Zaborowicz, M. (2012). Marketing w social media. *Nowe Media. Czasopismo Naukowe*, 3, 59-79. DOI 10.12775/NM.2012.003

Jaska, E., A. Werenowska (2016). Promocja marki w mediach społecznościowych. *Handel Wewnętrzny*, 2(361), 205-215, <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=565018>

Kijewska, J., Wł. Mantura, (2017). Istota komunikacji marketingowej i promocji oraz koncepcja klasyfikacji form komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa. *Handel Wewnętrzny*, 6 (371), 132-141

Kowalczyk, O. (2017). How librries are using a social media?, <https://ebookfriendly.com/how-libraries-use-social-media-infographic/>

Krysiński, P. (2019). Niewłaściwe wykorzystywanie mediów społecznościowych jako narzędzi zarządzania wizerunkiem instytucji sektora GLAM. Casus Facebooka i Instagrama, *Zarządzanie Biblioteką*, 11(1), 9-28. <https://bibliotekanauki.pl/articles/1366368.pdf> Przybysz, J., P. Pioterek (2015). Media społecznościowe w służbie bibliotek W: Halina, Brzezińska-Stec, Jolanta Zochowska (red), Biblioteki bez użytkowników...? Diagnoza problemu, V Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Supraśl, 14-16 września 2015, Białystok, Wydaw. Uniwersytetu w Białymstoku, s. 339-356, [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23\\_Prybysz\\_Pioterek.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23_Prybysz_Pioterek.pdf)

Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadIt: Young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Science*, 123(11-12), 705-722. doi:10.1108/ILS-07-2022-0086

Obar, J., S. Wildman, (2015). *Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue*, *Telecommunications Policy*, 39 (9), 745–750, DOI: [10.1016/j.telpol.2015.07.014](https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014)

Rydel, M. (2004). Zintegrowana komunikacja marketingowa. Nowe podejście – propozycja uporządkowania pojęć. *Folia Oeconomica*, 179, 351-359.

Serwis społecznościowy W: Wikipedia, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Serwis\\_spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy](https://pl.wikipedia.org/wiki/Serwis_spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy)

Wiktor, J. W. (2016). System komunikacji marketingowej w perspektywie produktu systemowego. *Studia Ekonomiczne*, 262, 47-56

Wojciechowska, M., M. Orzoł (2020). Promocja jako instrument marketingu wspierający działania bibliotek w obliczu niskiego czytelnictwa Polaków. Przykłady akcji i działań promujących czytelnictwo. *Zarządzanie Biblioteką*, 1 (12), 23-35, <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/ZB/article/download/5952/5208/9114>

# Linki do ilustracji

- [https://labib.pl/files/news/2016/01/24/social\\_media.jpggads/2019/08/promocja-firm-na-co-zwrocic-uwage-1.jpg](https://labib.pl/files/news/2016/01/24/social_media.jpggads/2019/08/promocja-firm-na-co-zwrocic-uwage-1.jpg)
- [https://rapa.pl/media/cache/news\\_article\\_photo/image/post/wayfinding\\_000\\_949660f4.jpeg](https://rapa.pl/media/cache/news_article_photo/image/post/wayfinding_000_949660f4.jpeg)
- <https://thumbs.dreamstime.com/z/uzyteczny-i-bezuzyteczny-w-zrownowazonym-zyciu-przedstawionym-jako-slowa-uzyteczne-rekach-aby-pokazac-ze-powinien-183153855.jpg>
- [https://www.facebook.com/story.php?story\\_fbid=pfbid02vgbf6zxcTfpij8D456XFrzTa6mfx5PFk2HcLui2HhgBM5JK22G638rCTEZWnNFI&id=100023975175920&sfnsn=mo&\\_rdr](https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02vgbf6zxcTfpij8D456XFrzTa6mfx5PFk2HcLui2HhgBM5JK22G638rCTEZWnNFI&id=100023975175920&sfnsn=mo&_rdr)
- [https://www.szef-sprzedazy.pl/template/szefsprzedazy/uploads/media/default/0001/02/thumb\\_1835\\_default\\_big.jpeg](https://www.szef-sprzedazy.pl/template/szefsprzedazy/uploads/media/default/0001/02/thumb_1835_default_big.jpeg)
- [https://www.senior.pl/Media-spolecznosciowe-8211-ogranicz-ich-uzytkowanie-a-zwiekszysz-swoje-poczucie-szczescia\\_img5c2f88020afde.jpg](https://www.senior.pl/Media-spolecznosciowe-8211-ogranicz-ich-uzytkowanie-a-zwiekszysz-swoje-poczucie-szczescia_img5c2f88020afde.jpg)
- <https://dmsales.com/app/uploads/social-media-cover.png>
- <https://www.telepolis.pl/images/newsy/2017-05/social-media.jpg>
- [https://klikajbezpiecznie.pl/wp-content/uploads/2020/12/arttykul\\_kb\\_dylematy-social-media-800x400.png](https://klikajbezpiecznie.pl/wp-content/uploads/2020/12/arttykul_kb_dylematy-social-media-800x400.png)
- <https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fecscmedia.pl%2F%2Fserwis-spolecznosciowe-budowa-administracja-i-moderacja-b-iext67176469.jpg&tbnid=dONLbYSwpwldPM&vet=12ahUKewiE-NyNiaiCAxWyFhAIHYjBrcQMylUegUIARCOAg..i&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.empik.com%2Fserwis-spolecznosciowe-budowa-administracja-i-moderacja-frankowski-pawel-juneja-arvind%2Cp1261422400%2Cebooki-i-mp3-p&docid=JuDtBi5bGLL8DM&w=326&h=466&itg=1&q=serwis%20spo%C5%82eczno%C5%9Bciowe&ved=2ahUKewiE-NyNiaiCAxWyFhAIHYjBrcQMylUegUIARCOAg>
- <https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fthumbs.dreamstime.com%2F%2Fchallenge-d-people-man-person-climb-stairs-36710897.jpg&tbnid=4nQJPAs4J1fGJM&vet=12ahUKewiWgpyYlaiCAxU-FRAIHTOJCUoQMvgCegQIARBC..i&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.dreamstime.com%2Froyalty-free-stock-photography-challenge-d-people-man-person-climb-stairs-image36710897&docid=XH-vjhbsMlqwM&w=1600&h=1267&q=challenge&ved=2ahUKewiWgpyYlaiCAxU-FRAIHTOJCUoQMvgCegQIARBC>
- [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRAM05gEbnntLR11gQLRdOo\\_WZ3hD02l4CaqR7Q0mxDqjcb8HledUXIDHI80FqES72Fo&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRAM05gEbnntLR11gQLRdOo_WZ3hD02l4CaqR7Q0mxDqjcb8HledUXIDHI80FqES72Fo&usqp=CAU)
- <https://skris.pl/wp-content/uploads/2016/04/Popelniles-blad-300x235.jpg>
- <https://comm.ku.dk/calendar/2024/reading-experience-in-the-digital-age/Bookternet.jpg>
- [https://m.media-amazon.com/images/I/81K-iaP9cTL\\_AC\\_UF894\\_1000\\_QL80\\_.jpg](https://m.media-amazon.com/images/I/81K-iaP9cTL_AC_UF894_1000_QL80_.jpg)



# Link do grupy BENEFIT

---

<https://www.facebook.com/groups/704246671632447/>

