

GRZEGORZ GMITEREK
Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii
Uniwersytet Warszawski
e-mail: ggmiterek@uw.edu.pl
ORCID 0000-0002-5692-1824

WYKORZYSTANIE SERWISU FACEBOOK PRZEZ POLSKIE BIBLIOTEKI UNIWERSY- TECKIE W CZASIE ICH ZAMKNIĘCIA SPOWODOWANEGO PANDEMIAŁ COVID-19. ANALIZA PORÓWNAWCZA UDOSTĘPNIANYCH POSTÓW



Grzegorz Gmiterek, dr, adiunkt w Katedrze Bibliografii i Dokumentacji Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na problemach z zakresu wykorzystania nowych technologii w instytucjach kultury i nauki (w tym szczególnie narzędzi i usług Web 2.0 oraz mobilnych urządzeń i aplikacji). Autor kilkudziesięciu publikacji naukowych, w tym książki *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu. Biblioteka 2.0* (Warszawa 2011), za którą otrzymał Nagrodę Naukową SBP im. Adama Łysakowskiego oraz Nagrodę CLIO Wydziału Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego.

SŁOWA KLUCZOWE: Biblioteki uniwersyteckie. COVID-19. Facebook. Lockdown. Media społecznościowe.

ABSTRACT: **Cel artykułu** – Głównym celem artykułu jest zaprezentowanie wyników analizy treści postów udostępnianych przez 18 polskich bibliotek uniwer-

syteckich, funkcjonujących w ramach uczelni publicznych, na fanpage'ach tych instytucji w serwisie Facebook. **Metody badań** – Dla określenia tematyki postów (zgromadzonych za pomocą narzędzia Fanpage Karma), posłużono się dziesięcioma kodami, do których przyporządkowano poszczególne posty. Pod uwagę wzięto wiadomości udostępniane podczas wiosennego i zimowego zamknięcia bibliotek, spowodowanego pandemią Covid-19. Narzędzie Fanpage Karma wykorzystano również do wskazania, które z udostępnianych treści były najbardziej popularne wśród użytkowników, wraz z podaniem wskaźników określających tę popularność. **Wyniki i wnioski** – Z przeprowadzonych badań wynikają następujące kluczowe wnioski: Serwis Facebook był w badanych okresach wykorzystywany przez wszystkie analizowane biblioteki uniwersyteckie. We wszystkich przypadkach fanpage'y i publikowanych na ich łamach wiadomości, biblioteki spotykały się z uwagą i reakcją użytkowników. Choć reakcja ta, w zależności od instytucji, występowała w różnym stopniu nasilenia. W analizowanych okresach najwięcej postów bibliotecznych odnosiło się do kolekcji i usług bibliotecznych, prezentacji zasobów i usług innych instytucji oraz informacji na temat funkcjonowania biblioteki w okresie jej zamknięcia.

WPROWADZENIE

Z przeprowadzonych przez autora badań wynika, że wykorzystanie mediów społecznościowych jest właściwe dla wszystkich polskich bibliotek uniwersyteckich (Gmiterek, 2021). Biorąc pod uwagę ksiąźnice wchodzące w skład uniwersytetów publicznych, nadzorowanych przez ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego (MNiSW, 2020), funkcjonowanie bibliotek wspomagane jest przynajmniej jednym serwisem społecznościowym. Serwis lub serwisy służą – w mniejszym lub większym stopniu – jako narzędzia wykorzystywane w marketingu bibliotecznym oraz komunikacji z użytkownikami (Jones & Harvey, 2019; McCallum, 2015; Szybowska, 2019; Jaskowska, 2012).

Dotychczasowe badania pokazują, że najczęściej w bibliotekach stosowane są takie serwisy społecznościowe jak Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Flickr oraz Vine (Magoi, Aspura & Abrizah, 2017). Także w polskich bibliotekach uniwersyteckich widać przykłady wykorzystania różnych narzędzi społecznościowych (Gmiterek, 2018, 36-42; Szerksznis, Lamberti & Theus, 2012; Stach-Sięgieńczuk & Bartosik, 2013; Puksza & Witkowska, 2018; Przybysz & Pioterek, 2015, 342-349). Co istotne, wszystkie placówki mają aktualizowane na bieżąco fanpage'e w serwisie Facebook¹. Niewątpliwie jest to aktualnie jedno z najbardziej popularnych narzędzi społecznościowych wykorzystywanych do budowania

¹ W przypadku Uniwersytetu Śląskiego, wzięto pod uwagę aktywność Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej (CINiBA), będącego wspólną biblioteką dwóch katowickich uczelni – Uniwersytetu Ekonomicznego i Uniwersytetu Śląskiego.

relacji z użytkownikami i promocji instytucji bibliotecznych (Al-Daihani & Abrahams, 2018; Lamberti & Theus, 2016, 193-194).

CELE I METODY BADAWCZE

Głównym celem artykułu jest zaprezentowanie wyników badań nad treściami udostępnianymi na stronach fanowskich (tzw. fanpage'ach) przez polskie biblioteki uniwersyteckie (18 instytucji), funkcjonujące w ramach uczelni publicznych. Celem było także wskazanie, które z tych treści były najbardziej popularne wśród użytkowników. Pod uwagę brany był przy tym aspekt udostępniania przez te instytucje treści różnego typu: materiałów tekstowych, wideo, obrazów i zdjęć. Podjęto próbę uzyskania odpowiedzi na pytania: Które z bibliotek uniwersyteckich były najbardziej aktywne w serwisie Facebook w czasie zamknięcia ich budynków dla użytkowników? Czego dotyczyły udostępniane przez te instytucje posty? Jakie stosowano hashtagi?

W tabeli 1 zaprezentowano wykaz stron fanowskich analizowanych bibliotek uniwersyteckich w serwisie społecznościowym Facebook.

Metodologia prac badawczych obejmowała wykorzystanie metod ilościowych i jakościowych. Gromadzone dane odnosiły się do dwóch okresów zamknięcia bibliotek. Zakres chronologiczny pierwszego zamknięcia obejmował czas od 11 marca (pierwsze przypadki zamykania bibliotek) do końca maja 2020 r., kiedy wszystkie instytucje były otwarte dla użytkowników. W przypadku tego okresu, dane były zbierane w dniu 24-27 czerwca 2020 r. Drugi zakres chronologiczny dotyczył jesiennego zamknięcia bibliotek uniwersyteckich, który obejmował czas od 7 do 29 listopada 2020 r.² Ze względu na fakt, że nie wszystkie biblioteki były zamykane i otwierane tego samego dnia (np. Bibliotekę Uniwersytecką w Warszawie otwarto 29 listopada, a Bibliotekę Uniwersytecką w Poznaniu 1 grudnia), zdecydowano, że okres analiz obejmie czas od 7 do 30 listopada. W tym przypadku dane gromadzono 9-10 grudnia 2020 r. Warto też zauważyć, że nie we wszystkich instytucjach tradycyjne usługi biblioteczne zostały zawieszony w takim samym wymiarze. Przykładem jest Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku, w której istniała możliwość wypożyczenia książek (Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku, 10 listopada 2020). Z podobną sytuacją spotkać się można było też w przypadku Biblioteki Głównej Uniwersytetu Szczecińskiego. W tej instytucji także nie wstrzymano usługi wypożyczania dokumentów (Biblioteka Główna Uniwersytetu Szczecińskiego, 17 listopada 2020).

² Biblioteki były zamykane na mocy Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 6 listopada 2020 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii.

Tabela 1

Wykaz bibliotek uniwersyteckich wchodzących w skład polskich uniwersytetów publicznych oraz adresów stron fanowskich tych bibliotek w serwisie Facebook

Lp.	Nazwa biblioteki	Fanpage
1.	Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie	https://www.facebook.com/BibliotekaUniwersyteckawWarszawie
2.	Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku	https://www.facebook.com/Biblioteka.Glowna.UwB
3.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	https://www.facebook.com/BUGloteka
4.	Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu	https://www.facebook.com/BibliotekaUniwersyteckawPoznaniu
5.	Biblioteka Jagiellońska	https://www.facebook.com/BibliotekaJagiellonska
6.	Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego	https://www.facebook.com/BibliotekaUL
7.	Biblioteka Główna Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie	https://www.facebook.com/BibliotekaUMCS
8.	Biblioteka Uniwersytecka w Toruniu	https://www.facebook.com/bu.torun
9.	Biblioteka Główna Uniwersytetu Opolskiego	https://www.facebook.com/bibliotekauo
10.	Biblioteka Główna Uniwersytetu Szczecińskiego	https://www.facebook.com/Biblioteka.Glowna.Uniwersytetu.Szczecińskiego
11.	Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademi (CINiBA)	https://www.facebook.com/CINiBA.official
12.	Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego	https://www.facebook.com/BibliotekaUR
13.	Biblioteka Uniwersytecka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie	https://www.facebook.com/buuwm
14.	Biblioteka Uniwersytecka we Wrocławiu	https://www.facebook.com/BCUWr
15.	Biblioteka Główna Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	https://www.facebook.com/UniwersytetKardynalaStefanaWyszynskiego
16.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	https://www.facebook.com/Biblioteka-Uniwersytetu-Zielonog%C3%B3rskiego-193605190689757
17.	Biblioteka Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy	https://www.facebook.com/bibliotekaUKW
18.	Biblioteka Uniwersytecka w Kielcach	https://www.facebook.com/biblioteka.uniwersytecka.kielce

W celu zebrania danych badawczych, czyli postów udostępnianych przez biblioteki oraz towarzyszących im innych informacji, wykorzystano sieciową usługę Fanpage Karma (Fanpage Karma, 2020). Narzędzie to posłużyło także do określenia stopnia aktywności poszczególnych instytucji w serwisie Facebook oraz popularności prezentowanych przez nie treści. Fanpage Karma umożliwia monitorowanie stron fanowskich, które są oznaczone jako publiczne. Jest to bezpośrednio związane z faktem, że dane wchodzące w ich skład mogą być analizowane przez zewnętrzne narzędzia informatyczne.

Wyodrębnione posty poddano analizie odnoszącej się do ich tematu. Wzorowano się na metodzie kodowania zaproponowanej przez Amandę Harrison, Rene Burress, Sarah Velasquez oraz Lynnette Schreiner (Harrison, Burress, Velasquez & Schreiner, 2017). Należy jednak dodać, że w przypadku niniejszych analiz, posłużono się zmodyfikowaną listą kodów. Powodem takiego stanu rzeczy był fakt, że biblioteki w okresie lockdownu działały zdalnie. Przeprowadzone analizy generalnie nie odnosiły się więc do tradycyjnych działań tych instytucji, mających miejsce w budynkach bibliotek. Choć zdarzało się, że w udostępnionych postach pojawiały się informacje dotyczące przeszłości lub przyszłości funkcjonowania biblioteki i wydarzeń, które się w nich odbyły lub odbędą. Na potrzeby organizacji tematycznej poszczególnych postów posłużono się następującymi dziesięcioma kodami, do których przyporządkowano poszczególne wiadomości:

1. **Archiwa** – historyczne zdjęcia, dokumenty i inne artefakty. Zasoby bibliotek, repozytoriów i archiwów cyfrowych.

2. **Kolekcje i usługi biblioteczne** – bazy danych, książki, czasopisma i multimedia. Informacje o ofercie cyfrowej, wypożyczeniach, usługach skanowania, godzinach pracy, ułatwieniach w korzystaniu z usług bibliotecznych, wystawach. Posty dotyczące wykładów, szkoleń, warsztatów w bibliotece (prowadzonych przez pracowników bibliotek).

3. **Inne instytucje** – prezentacja zasobów i usług innych instytucji oraz przedsięwzięć powiązanych z szeroko pojętą kulturą, edukacją i nauką.

4. **Wydarzenia** – wydarzenia organizowane przed zamknięciem budynków bibliotek, w trakcie lockdownu (online) oraz planowane w przyszłości. Brane są w tym przypadku pod uwagę także informacje o rocznicach, świętach, które biblioteka chciała upamiętnić.

5. **Społeczność biblioteczna** – wszelkie wzmianki o działaniach związanych z pracownikami biblioteki, stanowiskami ich pracy oraz strukturze organizacyjnej biblioteki.

6. **Czytelnicy** – informacje o czytelnikach. Zdjęcia oraz inne treści pochodzące od czytelników.

7. **Sentymenty** – słowa uznania, gratulacje, podziękowania, powitania, pożegnania, życzenia, pozdrowienia, żarty.

8. **Zarządzanie budynkiem biblioteki** – informacje na temat funkcjonowania biblioteki w okresie lockdownu, w tym zdjęcia budynku, terenu obok tej instytucji. Informacje o zamykaniu i otwieraniu budynków dla użytkowników.

9. **Spółeczność uniwersytecka** – działania niezwiązane z biblioteką, które odnoszą się bezpośrednio do funkcjonowania lub wsparcia uniwersytetu.

10. **Inne** – wiadomości, które nie odnosiły się do funkcjonowania biblioteki ani uniwersytetu.

Warto zaznaczyć, że w przypadku prowadzenia badań odnoszących się do postów publikowanych na Facebooku z danego okresu, pojawiają się pewne problemy związane z dynamiką wprowadzanych i związanych z nimi zmian. Zmiany te dotyczą w pierwszej kolejności liczby reakcji użytkowników, która w kontekście pojedynczych postów, cały czas może podlegać aktualizacji. Liczba ta może być coraz wyższa, ale też niższa (np. jeśli użytkownik zrezygnuje z wcześniejszej reakcji na post). Problemem są także zdublowane posty. Bywa, że biblioteka ponawiała post, który był opublikowany wcześniej. Zdublowane posty dotyczyły np. proponowanych przez bibliotekę elektronicznych usług, dostępu do baz danych. W czasie lockdownu takie informacje wydają się mieć istotne znaczenie dla użytkowników, choćby ze względu na pomoc w zdalnym dostępie do zasobów naukowych. Istotne wydają się także kwestie związane z kaskadowaniem postów, ich edycją i korektą treści, jak też zmianą daty publikacji danej informacji. Facebook oferuje takie możliwości (*Jak zmienić...*, 2020). Powodują one, że również liczba postów odnoszących się do danego okresu nie musi być zawsze taka sama.

WYNIKI PRZEPROWADZONYCH ANALIZ

OKRES WIOSENNY (11 MARCA – 31 MAJA 2020 r.)

W analizowanym okresie wszystkie biblioteki uniwersyteckie opublikowały w sumie 1171 postów. Najwięcej, autorstwa pracowników Biblioteki Uniwersyteckiej w Białymstoku, którzy opublikowali 242 posty. Druga w kolejności była Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu, która opublikowała 115 postów, a trzecia – Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego, która udostępniła 109 postów. Poniżej zaprezentowano zestawienie liczby postów opublikowanych przez poszczególne biblioteki.

Tabela 2

Liczba postów opublikowanych przez poszczególne biblioteki (w okresie wiosennym)

Lp.	Nazwa biblioteki (skrót nazwy uniwersytetu)	Liczba opublikowanych postów ³
1	Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku (UwB)	242
2	Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu (UAM)	115
3	Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego (UŁ)	109
4	Biblioteka Uniwersytecka we Wrocławiu (UWr)	102
5	Biblioteka Jagiellońska (UJ)	79
6	Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie (UW)	78
7	Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka – CINiBA (UŚ)	62
8	Biblioteka Uniwersytecka w Toruniu (UMK)	57
9	Biblioteka Uniwersytetu w Gdańskim (UG)	50
10	Biblioteka Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (UKW)	47
11	Biblioteka Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (UMCS)	47
12	Biblioteka Główna Uniwersytetu Szczecińskiego (US)	40
13	Biblioteka Uniwersytecka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (UWM)	33
14	Biblioteka Główna Uniwersytetu Kardynała Wyszyńskiego w Warszawie (UKSW)	31
15	Biblioteka Uniwersytecka w Kielcach (UJK)	23
16	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego (UZ)	22
17	Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego (UR)	21
18	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego (UO)	13

Źródło: oprac. własne na podstawie danych zgromadzonych za pomocą narzędzia Fanpage Karma.

Najwięcej reakcji użytkowników (biorąc pod uwagę polubienia, komentarze, udostępnienia itp.) wzbudziły posty Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego (w dniu 25 czerwca było 4225 reakcji, w tym 2590 polubień i 101 komentarzy). Co ciekawe, liczbę wszystkich reakcji sprawdzono też 10 grudnia. Było ich niemal 4340, co pokazuje, że użytkownicy reagują na posty również później, czasami kilka tygodni lub miesięcy po opublikowaniu danej wiadomości.

Biorąc pod uwagę analizę aktywności wszystkich bibliotek w serwisie Facebook oraz popularność udostępnianych przez te instytucje treści,

³ Dane zebrane w dniu 24 czerwca 2020 r.

w dniu 25 czerwca 2020 r., najpopularniejszym postem wśród użytkowników (z punktu widzenia liczby polubień) był post Biblioteki Jagiellońskiej o jej ponownym częściowym otwarciu (opublikowany 20 maja). Post zgromadził 229 polubień, 15 komentarzy, 26 udostępnień, w sumie 358 wszystkich reakcji użytkowników. Drugim w kolejności był post udostępniony przez Bibliotekę Uniwersytecką w Warszawie z dnia 18 maja. Dotyczył on otwarcia instytucji dla użytkowników. Zgromadził 215 polubień, 3 komentarze, 13 ponownych udostępnień, w sumie 314 reakcji. Trzeci w kolejności okazał się post udostępniony także przez Bibliotekę w Warszawie na temat pobicia rekordu liczby wypożyczeń książek. Post został opublikowany w dniu 11 marca. Zgromadził 195 polubień, 21 komentarzy, 10 ponownych udostępnień, w sumie 359 reakcji (Gmiterek, 2021). Największą popularnością cieszyły się więc treści odnoszące się do funkcjonowania budynków instytucji oraz oferowanych przez nie usług.



Il. 1. Jeden z najpopularniejszych postów w czasie wiosennego lockdownu, odnoszący się do otwarcia Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie.

Źródło: Fanpage Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie <https://www.facebook.com/200194145469/posts/10158145376720470>.

Na potrzeby przygotowania niniejszego artykułu, sprawdzono także, które posty udostępnione przez biblioteki były najpopularniejsze z punktu widzenia ich typu i liczby reakcji użytkowników na daną wiadomość. Pod uwagę wzięto posty tekstowe, wideo, obrazy oraz zdjęcia⁴. I tak w przypadku postów tekstowych, zgromadziły one w analizowanym okresie stosunkowo najmniej reakcji użytkowników. Najpopularniejszymi pięcioma wiadomościami tego typu były:

⁴ Dane odnoszące się do reakcji użytkowników pochodzą z dnia 27 czerwca 2020 r.

1. Post pracowników Biblioteki Głównej UMCS w Lublinie, z dnia 5 maja 2020 r., poświęcony uruchomieniu dla czytelników usługi wypożyczenia i zwrotu książek (63 reakcje użytkowników⁵).

2. Komunikat Biblioteki Jagiellońskiej, z dn. 14 kwietnia, na temat zamknięcia tej ksiąznicy dla czytelników do 15 maja 2020 r. (39 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Głównej UMCS w Lublinie, z dnia 11 marca, odnoszący się do godziny zamknięcia tego dnia budynku ksiąznicy (35 reakcji użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej we Wrocławiu, z dn. 25 maja, o przywróceniu możliwości korzystania z wypożyczalni miejscowej oraz punktu informacyjnego (27 reakcji użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu, z dn. 19 maja, odnoszący się do uruchomienia wypożyczalni (18 reakcji użytkowników).

W przypadku postów wideo, najpopularniejszych pięć wiadomości odnosiło się do aktywności następujących bibliotek (w kolejności od najpopularniejszej wiadomości):

1. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Toruniu, z dn. 15 maja, na temat spotkania z autorami książki *Powrót Pomorza w granice Rzeczypospolitej w setną rocznicę 1920-2020* (89 reakcji użytkowników).

2. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Toruniu, z dn. 13 maja, odnoszący się do spotkania z Barbarą Klicką i Marcinem Lutomińskim. Spotkanie odbyło się w ramach XVII Ogólnopolskiego Tygodnia Bibliotek (78 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dn. 11 marca, instruujący użytkowników jak zdalnie korzystać z oferty książek elektronicznych (43 reakcje użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu, z dn. 12 maja, zawierający wykład pracownika tej ksiąznicy, jak też geografa i podróżnika Rafała Michałowskiego (40 reakcji użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu, z dn. 4 kwietnia, prezentujący opowieść Andrzeja Jazdona (muzykolog w Pracowni Muzycznej Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu) o najpiękniejszych polskich zabytkach muzycznych (39 reakcji użytkowników).

Niewątpliwie największą popularnością cieszyły się posty graficzne, w tym takie, w których treści znajdowały się zdjęcia lub zdjęcie. Pięć najpopularniejszych to:

1. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dn. 11 marca, o rekordzie liczby wypożyczeni książek (359 reakcji użytkowników).

⁵ Wszystkie reakcje użytkowników, w tym komentarze i polubienia.

2. Post Biblioteki Jagiellońskiej, z dn. 20 maja, odnoszący się do otwarcia ksiąźnicy (358 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dn. 18 maja, związany z otwarciem ksiąźnicy (314 reakcji użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dn. 16 marca, odnoszący się do oferowania przez BUW usługi skanowania materiałów naukowych (312 reakcji użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, z dn. 15 marca, wskazujący na możliwość zwiedzania różnych muzeów online (238 reakcji użytkowników).

Biblioteki uniwersyteckie posługiwały się najczęściej następującymi hashtagami: #zostańwdomu (118 razy), #ciniba (53 razy), #niezostawiamczytelnika (47 razy), #bibliotekaotwarta (44 razy), #tydzieńbibliotek (28 razy) (Gmiterek, 2021).

ANALIZA TREŚCI POSTÓW

W celu analizy treści postów bibliotecznych posłużono się dziesięcioma kodami, które przyporządkowano do poszczególnych wiadomości. Poniżej zaprezentowano sumę postów dla każdego z zastosowanych kodów.

Liczba postów w odniesieniu do poszczególnych kodów

Tabela 3

Kod	Liczba postów
Archiwa	86
Kolekcje i usługi biblioteczne	359
Inne instytucje	249
Wydarzenia	104
Społeczność biblioteczna	56
Czytelnicy	7
Sentymenty	62
Zarządzanie budynkiem biblioteki	109
Społeczność uniwersytecka	65
Inne	74

Źródło: oprac. własne.

Najczęściej biblioteki udostępniały wiadomości o swoich kolekcjach i usługach (359 postów, 30,7% wszystkich wiadomości), zwłaszcza dostępnych online. Pojawiały się tutaj m.in. posty odnoszące się do możliwości korzystania z baz bibliograficznych (także w ramach dostępu testowego), bibliotek cyfrowych, usług skanowania materiałów bibliotecznych, szkoleń i warsztatów prowadzonych przez pracowników danej biblioteki uniwersyteckiej.

W drugiej kolejności biblioteki udostępniały wiadomości odnoszące się do działalności innych instytucji, zwłaszcza informacje o organizowanych przez nie przedsięwzięciach cyfrowych, związanych ze szkoleniami (np. organizowanymi przez producentów baz bibliograficznych), wydarzeniami kulturalnymi, edukacyjnymi oraz naukowymi. Bibliotekarze zachęcali także do korzystania z cyfrowych zbiorów innych instytucji (np. muzeów). Postów tego typu było 249, czyli stanowiły one 21,3% wszystkich wiadomości.

W przypadku kodu „zarządzanie budynkiem biblioteki” najwięcej postów odnosiło się do wiadomości o zamykaniu i otwieraniu budynków księżnic. Zdobywały one także stosunkowo dużą popularność wśród użytkowników. Spora część udostępnianych wiadomości dotyczyła także udostępniania przez bibliotekarzy zdjęć bibliotek oraz terenów do nich przynależnych. Postów powiązanych z tym kodem było 109 (9,3% wszystkich analizowanych wiadomości).

Trochę mniej postów odnosiło się do wydarzeń bibliotecznych (104 posty, 8,9% wszystkich wiadomości). W tym przypadku bibliotekarze informowali użytkowników o przedsięwzięciach organizowanych przed zamknięciem bibliotek, w trakcie lockdownu, jak też wydarzeniach planowanych do realizacji w przyszłości. Duża część postów dotyczyła wydarzeń organizowanych w ramach Tygodnia Bibliotek. Część udostępnianych treści dotyczyła także Światowego Dnia Książki i Praw Autorskich; Międzynarodowego Dnia Książki dla Dzieci; Światowego Dnia Czytania Tolkiena oraz ogólnopolskiego wydarzenia „Przystań z Biblioteką”, które powstało w ramach akcji #NiezostawiamCzytelnika. W tej kategorii tematycznej postów znalazły się także informacje o spotkaniach z autorami, wydarzenia odnoszące się do rocznic i świąt.

W przypadku kodu „archiwa”, biblioteki informowały o historycznych dokumentach wchodzących w skład ich zbiorów, także w kontekście tworzonych przez te instytucje bibliotek i repozytoriów cyfrowych. W treści postów pojawiały się np. przepisy kucharskie na potrawy świąteczne, artykuły z dawnej prasy, historyczne rysunki satyryczne oraz zdjęcia. Postów powiązanych z tym kodem było 86, tj. 7,3% wszystkich udostępnionych wiadomości.

Następny w kolejności kod (według liczby udostępnionych postów) to „inne”. Tutaj znalazły się wiadomości niezwiązane z biblioteką i uniwersytetem, w ramach którego ona funkcjonuje. Były to m.in. rady, jak zorganizować w domu stanowisko do pracy zdalnej, informacje o ciekawych sieciowych zasobach (niezwiązanych z działalnością instytucji kultury, edukacji i nauki), podkastach, recenzje książek, wiadomości o ważnych wydarzeniach w Polsce. Takich postów było 74, tj. 6,3% wszystkich postów.

W przypadku kodu „społeczność uniwersytecka” opublikowano w sumie 65 postów (4,8% wszystkich). W tej grupie znalazły się wiadomości odnoszące się do funkcjonowania uniwersytetu w okresie pandemii. Publikowano informacje pochodzące od władz uczelni, w tym komunikaty dla studentów i pracowników uniwersytetów.

Następny w kolejności kod to „sentymenty”, który był powiązany z różnego rodzaju treściami odnoszącymi się do pozdrowień, podziękowań, żartów, słów uznania, gratulacji, pożegnań (w tym zwłaszcza zmarłego 29 maja 2020 r. Jerzego Pilcha). Postów związanych z tym kodem było 62, tj. 5,3% wszystkich wiadomości.

Najmniej opublikowano postów odnoszących się do kodów „społeczność biblioteczna” i „czytelnicy”. W pierwszym przypadku było to 56 wiadomości (4,8% wszystkich postów), w drugim – 7 postów (0,6%). Jeśli chodzi o społeczność biblioteczną, wzięto pod uwagę informacje o pracownikach danej biblioteki, ich stanowiskach pracy, hobby, podróżach, jak też naukowych, edukacyjnych czy kulturalnych dokonaniach bibliotekarzy.

Kod „czytelnicy” przyporządkowany był do postów, które odnosiły się do twórczości użytkowników danej biblioteki; treści, które oni tworzą i udostępniają za pośrednictwem biblioteki i fanpage’a (w serwisie Facebook). Znalazły się tutaj również zdjęcia użytkowników, informacje o ich funkcjonowaniu w czasie lockdownu. W tym przypadku liczba postów była niewielka, najmniejsza w porównaniu z innymi kodami. Nie zaobserwowano większej aktywności użytkowników bibliotek uniwersyteckich jeśli chodzi o współtworzenie cyfrowych treści, które byłyby później udostępniane w wykorzystywanych przez biblioteki mediach społecznościowych.

OKRES JESIENNY (7 – 30 LISTOPADA 2020 r.)

W analizowanym okresie wszystkie biblioteki uniwersyteckie opublikowały 224 posty⁶. Najwięcej wiadomości było autorstwa pracowników Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, którzy opublikowali 32 posty. Następna w kolejności była Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku (27 postów), a trzecia – Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu (24 posty). Poniżej zaprezentowano zestawienie bibliotek oraz liczby opublikowanych przez nie postów.

⁶ Dane zebrane 10 grudnia 2020 r.

Tabela 4

Liczba postów opublikowanych przez poszczególne biblioteki

Lp.	Nazwa biblioteki (skrót nazwy uniwersytetu)	Liczba opublikowanych postów
1	Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku (UwB)	26
2	Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu (UAM)	24
3	Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego (UŁ)	32
4	Biblioteka Uniwersytecka we Wrocławiu (UWr)	17
5	Biblioteka Jagiellońska (UJ)	15
6	Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie (UW)	10
7	Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka – CINiBA (UŚ)	20
8	Biblioteka Uniwersytecka w Toruniu (UMK)	9
9	Biblioteka Uniwersytetu w Gdańskim (UG)	11
10	Biblioteka Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (UKW)	9
11	Biblioteka Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (UMCS)	6
12	Biblioteka Główna Uniwersytetu Szczecińskiego (US)	14
13	Biblioteka Uniwersytecka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (UWM)	6
14	Biblioteka Główna Uniwersytetu Kardynała Wyszyńskiego w Warszawie (UKSW)	5
15	Biblioteka Uniwersytecka w Kielcach (UJK)	5
16	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego (UZ)	5
17	Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego (UR)	5
18	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego (UO)	5

Źródło: oprac. własne na podstawie danych zgromadzonych za pomocą narzędzia Fanpage Karma.

Najwięcej reakcji użytkowników (biorąc pod uwagę polubienia, komentarze, udostępnienia itp.) wzbudziły posty Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (10 grudnia było to 848 reakcji, w tym 377 polubień i 33 komentarze). Na drugim miejscu uplasowała się Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego (832 reakcje, 517 polubień i 16 komentarzy), a na trzecim – Biblioteka Jagiellońska (473 reakcje, 278 polubień i 14 komentarzy).

Biorąc pod uwagę analizę aktywności wszystkich bibliotek w serwisie Facebook oraz popularność udostępnianych przez te instytucje treści⁷,

⁷ Dane gromadzone 10 grudnia 2020 r.

najpopularniejszym postem wśród użytkowników był post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie o jej ponownym otwarciu (opublikowany w dniu 27 listopada). Post zgromadził 185 polubień, 47 komentarzy, 41 udostępnień, w sumie 526 wszystkich reakcji użytkowników. Drugim w kolejności był post udostępniony przez Bibliotekę Jagiellońską, również 27 listopada. Post także dotyczył otwarcia instytucji dla użytkowników. Zgromadził 83 polubienia, 11 komentarzy, 17 ponownych udostępnień, w sumie 201 reakcji. Trzeci w kolejności okazał się post udostępniony przez Bibliotekę Uniwersytetu Łódzkiego. I w tym przypadku informowano użytkowników o ponownym otwarciu ksiąźnicy. Post został opublikowany 27 listopada. Zgromadził 54 polubienia, 2 komentarze, 10 ponownych udostępnień, w sumie 92 reakcje. Podobnie, jak w okresie wiosennym, największą popularnością cieszyły się więc treści odnoszące się do funkcjonowania budynków instytucji.



II. 2. Najpopularniejszy post w okresie jesiennego zamknięcia, odnoszący się do otwarcia Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie

Źródło: Fanpage Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie <https://www.facebook.com/200194145469/posts/10158690184305470>.

Idąc śladem analizy treści udostępnianych w czasie wiosennego lockdownu, sprawdzono także, które posty opublikowane przez biblioteki były najpopularniejsze, ale pod względem typu wiadomości. Pod uwagę wzięto posty tekstowe, wideo, obrazy oraz zdjęcia. Zdecydowanie, najmniej reakcji użytkowników wzbudziły posty tekstowego. Najpopularniejszymi pięcioma wiadomościami były w tym przypadku:

1. Post pracowników Biblioteki Głównej UMCS w Lublinie, z dnia 9 listopada 2020 r., dotyczący zamknięcia Biblioteki dla czytelników (52 reakcje użytkowników).

2. Post Biblioteki Głównej Uniwersytetu Szczecińskiego, z dnia 23 listopada, odnoszący się do uruchomienia usługi skanowania materiałów bibliotecznych na życzenie (28 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu, z dnia 7 listopada, dotyczący zamknięcia tej instytucji dla czytelników (27 reakcji użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Kielcach, z dnia 7 listopada, odnoszący się do zamknięcia budynku tej ksiąźnicy dla czytelników (11 reakcji użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersyteckiej im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku, z dnia 9 listopada, o zamknięciu czytelni humanistycznej oraz braku dostępu do usługi biblioboxu (8 reakcji użytkowników).

W przypadku postów wideo, najpopularniejszych pięć wiadomości odnosiło się do aktywności następujących bibliotek:

1. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dnia 18 listopada, o najstarszej ksiąźce drukowanej w zbiorach BUW (52 reakcje użytkowników).

2. Post Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, z dnia 13 listopada, o usłudze skanowania materiałów bibliotecznych (48 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Jagiellońskiej, z dnia 28 listopada, na temat wystawy z cyklu „Wokół Ksiąźki” – Iluminacja – obrazowanie w ksiąźce (45 reakcji użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dnia 13 listopada, odnoszący się do pracy nad zespołem 211 rysunków z kolekcji Gabinetu Rycin BUW (24 reakcje użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, z dnia 25 listopada, na temat możliwości korzystania z usług bibliotecznych online i prezentacji „Praktycznego przewodnika dla «pożeraczy» ksiąźek i wiedzy w Bibliotece UŁ” (23 reakcje użytkowników).

Podobnie, jak w przypadku okresu wiosennego, największą popularnością cieszyły się wśród użytkowników posty graficzne, w tym takie, których treścią były zdjęcia lub zdjęcie. Pięć najpopularniejszych wiadomości to:

1. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dnia 27 listopada, odnoszący się do otwarcia 30 listopada budynku Biblioteki dla użytkowników (526 reakcji użytkowników).

2. Post Biblioteki Jagiellońskiej, z dnia 27 listopada, również odnoszący się do otwarcia budynku Biblioteki dla użytkowników (201 reakcji użytkowników).

3. Post Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, z dnia 27 listopada, także dotyczący otwarcia budynku Biblioteki dla użytkowników (92 reakcje użytkowników).

4. Post Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, z dnia 30 listopada, informujący o otwarciu budynku Biblioteki i zasadach korzystania z jej zbiorów (91 reakcji użytkowników).

5. Post Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, z dnia 7 listopada, odnoszący się do zamknięcia budynku Biblioteki dla użytkowników oraz promujący usługi biblioteczne online (86 reakcji użytkowników).

W okresie jesiennego zamknięcia biblioteki uniwersyteckie najczęściej posługiwały się następującymi hashtagami: #ciniba (17 razy), #library (15 razy), #bibliotekaotwarta (12 razy), #masztowcinibie (6 razy), #books (5 razy).

ANALIZA TREŚCI POSTÓW

W celu analizy treści postów bibliotecznych posłużono się dziesięcioma kodami, które przyporządkowano do poszczególnych wiadomości. Poniżej zaprezentowano sumę postów dla każdego z zastosowanych kodów.

Liczba postów w odniesieniu do poszczególnych kodów

Tabela 5

Kod	Liczba postów
Archiwa	21
Kolekcje i usługi biblioteczne	78
Inne instytucje	33
Wydarzenia	13
Spółeczność biblioteczna	4
Czytelnicy	0
Sentymenty	4
Zarządzanie budynkiem biblioteki	52
Spółeczność uniwersytecka	15
Inne	4

Źródło: oprac. własne

Najczęściej biblioteki udostępniały wiadomości o swoich kolekcjach i usługach (78 postów, 34,8% wszystkich wiadomości), zwłaszcza dostępnych online. Podobnie, jak wiosną, instytucje te informowały o możliwości korzystania z zasobów elektronicznych (także w ramach testu baz bibliograficznych), usłudze skanowania materiałów bibliotecznych, szkoleniach prowadzonych przez pracowników danej biblioteki uniwer-

syteckiej. Warto też wspomnieć o przedsięwzięciu czytania fragmentów książek przez pracowników Biblioteki Jagiellońskiej. W ramach postów publikowano nagrania wideo czytających bibliotekarzy.

W drugiej kolejności biblioteki udostępniały posty odnoszące się do zarządzania budynkiem książki (52 posty, 23,2% wszystkich wiadomości). Dużym zainteresowaniem użytkowników cieszyły się zwłaszcza informacje o zamknięciu i otwarciu bibliotek dla czytelników. Znalazły się też w tej grupie posty na temat przeprowadzki Biblioteki Uniwersyteckiej w Białymstoku do nowego budynku.

Treść 33 postów (14,7% wszystkich wiadomości) dotyczyła innych instytucji oraz usług, które one proponują. Były to wiadomości na temat bibliotek cyfrowych, narzędzi umożliwiających dostęp do zasobów elektronicznych, zapisów spotkań z ciekawymi osobami, ekranizacji filmowych książek, oferty szkoleń.

21 postów (9,4% wszystkich wiadomości) odnosiło się do archiwalnych zbiorów bibliotecznych oraz przedsięwzięć, które mają na celu prezentację zdigitalizowanych dokumentów. 15 postów (6,7% wszystkich wiadomości) dotyczyło informacji na temat działań powiązanych ze społecznością uniwersytecką. Pojawiały się w tym przypadku m.in. posty odnoszące się do: wyboru nowego Rektora Uniwersytetu Gdańskiego, Nagrody Naukowej Rektora Uniwersytetu Łódzkiego, materiałów pomocnych w trakcie prowadzenia zajęć zdalnych ze studentami, uzyskaniu przez Uniwersytet Wrocławski Polskiej Nagrody Inteligentnego Rozwoju 2020, organizowanych w ramach uniwersytetów konferencji.

W przypadku kodu „wydarzenia” opublikowano 14 postów (5,8% wszystkich wiadomości). Część z nich dotyczyła Święta Niepodległości, ale znalazły się tutaj także informacje na temat Międzynarodowego Dnia Tolerancji, Światowego Dnia Pluszowego Misia, Międzynarodowego Dnia Zapobiegania Przemocy Wobec Dzieci czy Dni Honorowego Krwiodawstwa.

Po cztery posty zostały przyporządkowane do kodów: społeczność biblioteczna; sentymety; inne. W przypadku pierwszego z wymienionych kodów były to głównie posty dotyczące podróży bibliotekarzy. Kod „sentymety” był związany z publikacją cytatów sławnych pisarzy oraz pozdrowieniami przesyłanymi użytkownikom, a kod „inne” odnosił się m.in. do informacji o zwycięzcy brytyjskiej nagrody literackiej The Booker Prize 2020; komunikatu Stowarzyszenia Zbiorowego Zarządzania Prawami Autorskimi Twórców Dzieł Naukowych i Technicznych KOPIPOL czy prośby związanej z pomocą udzielaną schronisku dla zwierząt. Z kodem „czytelniczy” nie wiązał się tym razem żaden post.

W przypadku okresu jesiennego zamknięcia, widać wyraźną różnicę, zarówno jeśli chodzi o liczbę postów, jak i reakcje użytkowników. Było ich zdecydowanie mniej niż podczas wiosennego lockdownu.

PODSUMOWANIE

Wykorzystanie narzędzi Web 2.0 przez instytucje biblioteczne to od kilku lat standard w działalności tych instytucji. Trudno nie odnieść wrażenia, że w przypadku Facebooka, mamy dzisiaj do czynienia z przykładem serwisu, który stał się dla bibliotek jednym z podstawowych narzędzi komunikacji z użytkownikami czy promocji usług informacyjno-bibliotecznych. W przypadku badanych 18 bibliotek uniwersyteckich nie zawsze jednak w takim samym wymiarze. Pomimo faktu, że wszystkie analizowane ksiąźnice korzystają z tego narzędzia, widać wyraźnie, że dla niektórych z nich jest to platforma do publikacji różnorodnych wiadomości, związanych tak z działalnością biblioteki i macierzystego uniwersytetu, jak i z przedsięwzięciami służącymi użytkownikom w zapoznawaniu się z tradycyjnymi i cyfrowymi dokumentami. Duża część publikowanych przez ksiąźnice wiadomości, zwłaszcza w okresie wiosennego zamknięcia, odnosiło się do działań samych bibliotekarzy, ich aktywności zawodowych oraz hobby. Zauważalne jest, że w okresie wiosennym pojawiało się też stosunkowo dużo pozdrowień przesyłanych użytkownikom za pośrednictwem Facebooka. Także w formie graficznej, ukazującej budynek biblioteki lub terenów ją otaczających. Posty te spotykały się z pozytywnym przyjęciem przez użytkowników. W okresie jesiennym takich informacji publikowano zdecydowanie mniej. Zresztą także aktywność użytkowników, ich reakcje na udostępniane posty, były mniej liczne niż wiosną. Można się tylko domyślać, że lockdown wiosenny był dużym zaskoczeniem zarówno dla użytkowników, jak i samych bibliotekarzy.

Biblioteki uniwersyteckie publikowały treści cyfrowe różnego typu i przeznaczenia. W okresie wiosennym fanpage służył bardzo często za platformę informacyjną, ale też, jak wcześniej wspomniano, narzędzie umożliwiające nawiązanie i podtrzymanie kontaktu z użytkownikami. Co więcej, treść postów odnosiła się do prezentacji zdalnych usług informacyjno-bibliotecznych, zasobów cyfrowych oraz potencjalnie atrakcyjnych dla użytkownika treści, czasami powstałych w wyniku działalności innych instytucji, niekoniecznie bibliotecznych. W okresie jesiennym biblioteki udostępniały raczej informacje na temat oferowanych przez siebie kolekcji i usług informacyjnych, zdalnego dostępu do zasobów baz bibliograficznych, bibliotek cyfrowych (swoich i obcych), ułatwień w korzystaniu z usług bibliotecznych (np. usłudze skanowania dokumentów). Taki stan rzeczy może się wiązać przede wszystkim z chęcią udzielania pomocy użytkownikom. Pomocy, co ważne, która odnosiła się do możliwości korzystania z usług i dokumentów dostępnych online.

Wśród publikowanych treści pojawiało się też sporo wiadomości odnoszących się do funkcjonowania bibliotek w czasie zamknięcia (częściowego lub całkowitego) ich budynków dla użytkowników. Zarówno

wiosną, jak i jesienią publikowano posty różnego typu. Były to zarówno informacje typowo tekstowe, jak i multimedialne. Szczególnym zainteresowaniem cieszyły się zwłaszcza posty graficzne, zresztą nie tylko te zawierające zdjęcie lub zdjęcia, ale też rysunki czy grafiki pochodzące choćby ze zbiorów archiwalnych bibliotek. Udostępnianie tych dokumentów miało często na celu skierowanie uwagi użytkowników na proponowane przez biblioteki dokumenty, wydarzenia oraz usługi.

W okresie całkowitego lub częściowego zamknięcia budynków bibliotek uniwersyteckich serwis Facebook był wykorzystywany przez te instytucje jako jeden z ważniejszych elementów ich funkcjonowania w środowisku sieciowym. Pomagał w dzieleniu się z użytkownikami informacjami o zbiorach oraz samymi zbiorami. Był także wykorzystywany (szczególnie wiosną) jako element kreowania przestrzeni cyfrowej służącej współpracy z użytkownikami, prezentacji ciekawych z punktu widzenia biblioteki oraz uniwersytetu dokumentów. Bez wątpienia, w okresie pandemii COVID-19 narzędzie to stało się także kluczowym kanałem komunikacji z użytkownikami. To właśnie za ich pośrednictwem użytkownicy na bieżąco zapoznawali się z aktualnościami w bibliotece, zdalnymi możliwościami korzystania z poszczególnych usług i zasobów bibliotecznych.

BIBLIOGRAFIA:

- Al-Daihani S. M.; Abrahams, A. (2018). Analysis of Academic Libraries' Facebook Posts: Text and Data Analytics. *The Journal of Academic Librarianship*, 44(2), pp. 216-225. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2018.02.004>
- Biblioteka Główna Uniwersytetu Szczecińskiego (17 listopada 2020). Facebook. Pobrane 29 grudnia 2020 r.: <https://www.facebook.com/Biblioteka.Glowna.Uniwersytetu.Szczecinskiego/posts/8553254268050587MNI5W>.
- Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku (10 listopada 2020). Facebook. Pobrane 29 grudnia 2020 r.: <https://www.facebook.com/Biblioteka.Glowna.UwB/posts/4558631727542044>.
- Fanpage Karma. (2018). Fanpage Karma. Pobrane 29 grudnia 2020 r.: <https://www.fanpagekarma.com/dashboard?h=TpiSIZ9Hu>.
- Gmiterek, G. (2018). Biblioteka w Środowisku Społecznościowego Internetu i Interaktywnych Technologii (w 2017 r.). W: K. Chałubińska-Jentkiewicz, K. Karkareko, & Jacek Sobczak (eds.), *Biblioteki i archiwa na jednolitym rynku cyfrowym* (s. 27-44). Silva Rerum.
- Gmiterek, G. (2021). Polish University Libraries Social Networking Services During the COVID-19 Pandemic Spring Term Lockdown. A Comparative Exploration. *The Journal of Academic Librarianship*, 43(3).
- Harrison, A.; Burrell, R.; Velasquez, S.; Schreiner, L. (2017). Social Media Use in Academic Libraries: A Phenomenological Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102331>.
- Jak zmienić datę posta lub ustawić wcześniejszą datę, aby post był wyświetlany w przeszłości na osi czasu strony na Facebooku? (b. d.). Centrum pomo-

- cy Facebooka. Pobrane 29 grudnia 2020 r.: <https://www.facebook.com/help/301591769889792>.
- Jaskowska, B. (2012). Bądźmy tam gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece. Repozytorium CEON. Pobrane 23 stycznia 2021 r. z <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/2518>.
- Jones, M. J.; Harvey, M. (2019). Library 2.0: The effectiveness of social media as a marketing tool for libraries in educational institutions. *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 51 (1), pp. 3-19. <https://doi.org/10.1177%2F0961000616668959>.
- Lamberti, M.; Theus, M. (2016). Media społecznościowe w polskich bibliotekach, archiwach i muzeach. *Biblioteka*, 20(29), pp. 183-206. <https://doi.org/10.14746/b.2016.20.11>.
- Magoi, J. S.; Aspura, MK Y. I.; Abrizah, A. (2017). Social Media Engagement in Developing Countries: Boon or Bane for Academic Libraries? *Information Development*. <https://doi.org/10.1177%2F0266666917748985>.
- McCallum, I. (2015). Use of social media by the library: Current practices and future opportunities. A White Paper from Taylor & Francis. *Australian Library Journal*, 64 (2), pp. 161-162. <https://doi.org/10.1080/00049670.2015.1040364>.
- Przybysz, J.; Pioterek, P. (2015). Media społecznościowe w służbie bibliotek. W: *Biblioteki bez użytkowników...? : Diagnoza problemu: V Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Supraśl, 14-16 września 2015 : praca zbiorowa pod redakcją Haliny Brzezińskiej-Stec i Jolanty Żochowskiej*. Białystok: Wydaw. Uniwersytetu w Białymstoku, s. 339-356.
- Puksza, K.; Witkowska, E. (2018). Facebook, Instagram, blog... i co dalej? – Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku w mediach społecznościowych. *Biuletyn EBIB*, nr 1 (178). Pobrane 23 stycznia 2021 r. z https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/8975/1/K_Puksza_E_Witkowska_Facebook_Instagram_blog.pdf.
- Stach-Sięgieńczuk, A.; Bartosik, P. (2013). Analiza wykorzystania technologii Web 2.0 na przykładzie wybranych europejskich stron internetowych bibliotek uniwersyteckich. *Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa*. Pobrane 23 stycznia 2021 r. z <http://pbc.up.krakow.pl/dlibra/docmetadata?id=3479&from=publication>.
- Szerksznis, Ż.; Lamberti, M.; Theus, M. (2012). Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu w Web 2.0 - rozwój przyjaznej komunikacji cyfrowej i wynikające z niej korzyści. Repozytorium AMUR. Pobrane 23 stycznia 2021 r. z <https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/3557/1/poster.pdf>.
- Szybowska, U. (2019). Media społecznościowe a kształtowanie wizerunku biblioteki akademickiej. Biblioteka Główna Wojskowej Akademii Technicznej. Pobrane 23 stycznia 2021 r. z https://bg.wat.edu.pl/images/pliki/polbit/urszula_szybowska_media_spoecznościowe_a_kształtowanie_wizerunku_biblioteki_akademickiej.pdf.
- Wykaz uczelni publicznych nadzorowanych przez Ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego – publiczne uczelnie akademickie. Portal Gov.pl. Pobrane 29 grudnia 2020 r. z: <https://www.gov.pl/web/nauka/wykaz-uczelni-publicznych-nadzorowanych-przez-ministra>. Accessed November 29, 2020.

GRZEGORZ GMITEREK

Faculty of Journalism, Information and Book Studies

University of Warsaw

e-mail: ggmiterek@uw.edu.pl

ORCID 0000-0002-5692-1824

THE USE OF FACEBOOK BY POLISH UNIVERSITY LIBRARIES DURING COVID-19 LOCKDOWN. COMPARATIVE ANALYSIS OF LIBRARY POSTS

KEYWORDS: University libraries. COVID-19. Facebook. Lockdown. Social media.

ABSTRACT: **Objective** – This article is to present the results of the content analysis of posts shared by 18 Polish public university libraries on their Facebook fanpages. **Research methods** – In order to categorize post topics (collected with Fanpage Karma tool) the author assigned them 10 different codes. The analysis covered posts published during spring and fall lockdown caused by Covid-19 pandemic. Fanpage Karma tool was also used to indicate which content was of the largest interest to the users and provide respective indicators of this interest. **Results and conclusions** – The following conclusion was reached – Facebook was used in the afore-mentioned periods by all analyzed university libraries. All libraries drew attention and received reactions from their users to the posts published on their Facebook fanpages, although those reactions differed in their intensity. In the analyzed periods most posts covered library collections and services, presentation of resources and services delivered by other institutions and information on library activities during the lockdown.