

Słowa – kluczem. Social media, marketing i komunikacja w bibliotekach

Karolina Forma-Kita

Agnieszka Podrazik

Biblioteka Główna AGH w Krakowie

Relacja z konferencji naukowej Biblioteki Głównej AGH

23 i 24 września 2025 roku Biblioteka Główna AGH zorganizowała ogólnopolską konferencję naukową „Słowa – kluczem. Social media, marketing i komunikacja w bibliotekach”. Konferencja zgromadziła blisko 170 osób, reprezentujących kilkadziesiąt instytucji z całej Polski – zarówno dużych bibliotek akademickich, jak i bibliotek pedagogicznych oraz publicznych, wśród nich liczne grono dyrektorów. Konferencja odbyła się w pięknej auli konferencyjnej Wydziału Ceramiki i Inżynierii Materiałowej AGH (pawilon B-8), który życzliwie gościł już trzecią konferencję naukową Biblioteki Głównej. Poprzednie zorganizowane zostały w tym samym miejscu z okazji 100-lecia AGH (2019) i 100-lecia samej BG (2022). Obydwa dni konferencji poprzedzało zwiedzanie gmachu Biblioteki Głównej AGH, które cieszyło się dużym zainteresowaniem uczestników.

Biblioteka w centrum uwagi – wizerunek, opinie, komunikacja

Pierwszy dzień konferencji rozpoczęło wystąpienie dr. Stanisława Skórki – dyrektora BG AGH. Po powitaniach i zainaugurowaniu konferencji przez prof. dr. hab. inż. Marka Gorgonia – Prorektora ds. Nauki, który w trafnych słowach podkreślił rolę, jaką w uczelni pełni Biblioteka Główna, rozpoczęły się obrady.

Sesję pierwszą konferencji moderował dr hab. Jacek Gądecki, prof. AGH – dziekan

Wydziału Humanistycznego AGH. Rozpoczęło ją wystąpienie Anny Ledwoń-Blachy, strategii i marketerki z Brandwitch.pl. Jej prelekcja „Przewidywalnie nieprzewidywalne” poświęcona była możliwości prognozowania trendów w mediach społecznościowych. Jak ujarzmić algorytm, który zmienia reguły gry w trakcie? To pytanie, z którym zmagają się nie tylko firmy, ale też instytucje kultury i nauki – w tym biblioteki. Najlepszą na nie odpowiedź jest dopasowywanie się do tego, co aktualnie działa, bo zmienność działań i trendów nie dotyczy tylko popularnych treści, ale także algorytmów rządzących aplikacjami. Następnie Anna Nowak-Piątek, Patrycja Patrzykowska, dr Anna Strzałkowska i dr Katarzyna Wyszyńska z Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej w Katowicach mówiły o marce biblioteki akademickiej. Podkreśliły, że wyzwaniem nie jest już samo dostarczanie wiedzy, lecz także budowanie rozpoznawalnej i atrak-

cyjnej marki biblioteki akademickiej. Podkreśliły, że wyzwaniem nie jest już samo dostarczanie wiedzy, lecz także budowanie rozpoznawalnej i atrak-

fot. z lewej: Prof. M. Gorgoń – Prorektor ds. Nauki inauguruje obrady konferencji

fot. z prawej: Komitet naukowy konferencji: dr S. Skórka, dr N. Pamuła, prof. J. Gądecki



fot. A. Bała



fot. A. Bała

fot. A. Bała



fot. z lewej: Komitet organizacyjny konferencji

fot. A. Bała



fot. z prawej: Uczestnicy konferencji w auli WIMiC AGH

cyjnej tożsamości instytucji. Kolejne wystąpienia skoncentrowały się na przykładach z Wrocławia – dr Monika Górską omówiła, jak Biblioteka Uniwersytecka łączy tradycję z koniecznością zmian, a Anna Szczotka-Sobiecka przybliżyła obecność tej samej instytucji w mediach społecznościowych. Wnioski były jasne: biblioteka nie może być dziś miejscem odizolowanym od cyfrowej komunikacji – musi aktywnie uczestniczyć w dyskursie online. O mediach społecznościowych w praktyce mówiła też Karolina Gruszka (Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu), analizując doświadczenia bibliotekarzy w prowadzeniu profilu na Facebooku oraz aktywnej pracy dla społeczności uniwersytetu. Pierwszą sesję zakończyła Agata Scicluna Derkowska z Library of University of Malta. Studium przypadku, przygotowane wspólnie z Ryanem Scicluna, pokazało, że biblioteka powinna być nie tylko przestrzenią nauki i pracy, lecz także sercem kampusu, miejscem budowania więzi społecznych; kreatywnym, otwartym na pomysły, przyjaznym studentom i naukowcom.

Nowe role i kompetencje bibliotekarzy. Technologie, trendy, transformacje

Drugą sesję, poświęconą w dużej mierze zastosowaniu AI i nowoczesnym technologiom, moderował w części pierwszej dr Stanisław Skórka. Karol Baranowski, keynote speaker zaproszony z Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Krakowie rozpoczął sesję wykładem „Od szelestu kart po szept algorytmu – o tym, jak biblioteki uczą sztuczną inteligencję mówić ludzkim głosem”. Jego wystąpienie ilustrowane obrazami wygenerowanymi przez AI ukazało bibliotekę jako przestrzeń eksperymentów technologicznych i innowacji.

Następnie dr inż. Monika Pająk z Biblioteki Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach zaprezentowała nowoczesny wizerunek bibliotekarza jako menedżera kultury, data stewarda i influencera, podkreślając interdyscyplinarność i medialność współczesnych kompetencji.

Agnieszka Kownatka-Ruszkowska z Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej w Warszawie przedstawiła praktyczny przewodnik dla bibliotekarzy funkcjonujących w czasach Instagrama – zarówno jako twórców, jak i odbiorców treści. Energetyczny i pełen praktycznych wskazówek wykład spotkał się z wielkim aplauzem. Z kolei Wojciech Sierżęga z Uniwersytetu Wrocławskiego mówił o rozszerzaniu kompetencji pracowników biblioteki, którzy dziś pełnią role deponentów repozytoriów, data stewardów i moderatorów mediów społecznościowych, redefiniując tym samym pojęcie współczesnego bibliotekarza. Anita Fal – dyrektorka Gminnej Biblioteki Publicznej w Krośniku Wyżnym (powiat krośnieński), zaprezentowała swoją bibliotekę jako „trzecie miejsce” – przestrzeń otwartą na wszystkich, wprowadzającą naukę nowoczesnych technologii dla seniorów, integrującą społeczność i pracującą na rzecz walki z wykluczeniem informacyjnym. Na zakończenie II sesji Agnieszka Kwiatkowska-Boryś z Biblioteki Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach podsumowała działania swojej instytucji w kontekście Europejskiego Miasta Nauki, pokazując, jak biblioteka może aktywnie uczestniczyć w życiu naukowym i społecznym miasta. Po przerwie część drugą sesji II moderowała dr Katarzyna Weinper – dyrektor Centrum Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Lubelskiej. Ponownie głos zabrała Anita Fal, przedstawiając Stowarzyszenie Dyktorek i Dyktatorów Bibliotek InicJaTyWy, a po niej wystąpił dyrektor S. Skórka, prezentując działania Stowarzyszenia Bibliotek Szkół Wyższych. Po wystąpieniach sponsorów – firm JoVE oraz EMIS, ISI Markets – na scenie zagościli dr Katarzyna Uczkiewicz i dr Paweł Jarnicki z Zakładu Narodowego im. Ossolińskich, przedstawiając użycie AI w Bibliotece Ossolineum. Prelegenci podkreślili, że AI otwiera przed instytucjami kultury ogromne możliwości. Z jednej strony ułatwia digitalizację i opracowanie zasobów, wspiera wyszukiwanie informacji oraz pozwala tworzyć nowe narzędzia



fot. A. Bała



fot. A. Bała

ułatwiający użytkownikom kontakt z unikatowym polskim dziedzictwem kulturowym. Ossolineum jako instytucja o wyjątkowym znaczeniu historycznym widzi w niej szansę na jeszcze skuteczniejsze pełnienie swojej roli – pomostu między tradycją a przyszłością. W kolejnej prezentacji Ewa Kirszt z Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej im. KEN w Warszawie zaproponowała metaforę: „Trójkąta Przyszłości Bibliotek”, łączącego człowieka, książki i roboty. Autorka wskazała jasno, że ogromna rola technologii będzie stale rosła i obowiązkiem każdego nauczyciela, bibliotekarza, człowieka będzie biegłość technologiczna. Na zakończenie tej bardzo ciekawej sesji Piotr Niemirski z Biblioteki Akademii Kultury Fizycznej im. Bronisława Czecha w Krakowie podjął temat „Halucynacje AI a media społecznościowe w bibliotece akademickiej”. Prezentacja ta koncentrowała się na wiarygodności wyników generowanych przez duże modele językowe (LLM), w tym GPT, i ich zastosowaniach w komunikacji bibliotecznej.

Drugi dzień konferencji skupił się wokół dwóch szerokich zagadnień: strategii promocji i marketingu w bibliotekach oraz budowania relacji i wspólnotowości w środowisku bibliotecznym.

Strategie promocji i narzędzia marketingowe w bibliotece

Pod moderacją dr hab. Renaty Frączek – dyr. Biblioteki Politechniki Śląskiej, obrady sesji III rozpoczęła Beata Gamrowska z Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, zaproszona do udziału w konferencji w charakterze keynote speakerki, która w brawurowym wystąpieniu przedstawiła projekt „Ambasadorzy BUŁ”. Jest to grupa studentów UŁ z różnych kierunków. Aktywnie współtworzą oni ofertę BUŁ – zarówno w zakresie wydarzeń kulturalnych, jak i edukacyjnych czy popularyzatorskich. Są łącznikami pomiędzy biblioteką a partnerami biznesowymi, edukacyjnymi czy kulturalnymi. Dzięki temu biblioteka staje się miejscem jeszcze bardziej otwartym na potrzeby społeczności.

W kolejnych prezentacjach skupiono się na praktycznych przykładach działań promocyjnych: Alla Tarasiuk z Biblioteki Głównej UMCS opowiedziała o pokażnej kolekcji komiksowej, której założenie wyniknęło z potrzeb czytelników uniwersytetu. Kolekcja nadal przyciąga rzesze chętnych, czyniąc ofertę biblioteki absolutnie niezwykłą. Marta Jesioneł (Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka im. Hugona Kołłątaja w Krakowie) opowiedziała o wyjątkowym pomysle – wykorzystaniu TikToka jako kanału promocji i edukacji na temat starodruków. Kontrastowe zestawienie formy i treści przynosi wyróżniające efekty. Następnie wystąpiła Natalia Gromow – dyrektorka Biblioteki Gdynia, wskazując nowe sposoby zarządzania pracownikami przez „szefową bez biura”. Pokazała, jak spójna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna integruje zespół, buduje (współ)odpowiedzialność oraz wzmacnia markę biblioteki. Anna Bartłomiejczyk i Anna Kowal (Biblioteka Miejska w Łodzi) przedstawiły historię łódzkiej mediateki MeMo – miejsca, które z niszowej inicjatywy stało się kultowym, zakorzenionym w tkance miasta ośrodkiem kultury. Zespół z Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie i Biblioteki Wydziału Psychologii UW (Dorota Bocian, Barbara Chmielewska, Urszula Dragońska, Matylda Filas, Agnieszka Kościelniak-Osiak, Urszula Szwed-Strych) zaprezentował przykładowe posiedzenie kolegium redaktorskiego bloga BuwLOG, pokazując, jak two-

fot. z lewej: A. Ledwoń-Blacha w wystąpieniu o trendach w mediach społecznościowych

fot. z prawej: P. Nowaczyk w wystąpieniu na temat strategii marketingowej BG AGH

Prelekcja z Uniwersytetu Warszawskiego – posiedzenie kolegium redaktorskiego bloga BuwLOGa



fot. A. Bała

zenie angażujących treści wspiera rozwój kompetencji bibliotekarskich i buduje relację z odbiorcami. Ciekawym akcentem pomiędzy wystąpieniami była prezentacja Jakuba Frołowa, przedstawiciela partnera konferencji Legimi SA – „Tatuże i koronki, czyli jak pomogliśmy Wam (ale tylko troszkę) raz na zawsze skończyć z kokiem i zdmuchnąć kurz z bibliotecznych regałów”.

Spółeczność i relacje – biblioteka jako przestrzeń współtworzenia

Ostatnia – IV sesja konferencji – koncentrowała się na przykładach wspierania czytelnictwa i budowania wspólnoty akademickiej.

Dr Natalia Pamuła (Instytut Badań Informacji i Komunikacji, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu) przedstawiła potencjał marketingowy queerksiążek, używając metodyki analizy hasztagów na Instagramie. Igor Kopa i Sylwia Tylkowska z Miejskiej Biblioteki Publicznej we Wrocławiu (filia 4 Wierzytka) opowiedzieli o tym, jak Instagram przyczynił się do znaczącego wzrostu zainteresowania ich filią; aktywne tworzenie zabawnych treści stało się ich znakiem rozpoznawczym i znacząco wyróżnia wrocławską bibliotekę w środowisku online. Katarzyna Gołubiew (Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka im. KEN w Warszawie) podjęła temat języka inkluzywnego w bibliotece, pokazując jego znaczenie w budowaniu otwartej i przyjaznej przestrzeni. Reprezentując Bibliotekę Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach Karolina Augustyn i Katarzyna Pronobis zaprezentowały strategię komunikacji w mediach społecznościowych w kontekście społeczeństwa obrazkowego, na przykładzie działań własnej biblioteki. Ostatnie wystąpienie konferencji przygotowali gospodarze – pracownicy Biblioteki Głównej AGH – Karolina Forma-Kita oraz Paweł Nowaczyk. Wystąpienie zatytułowane „Między wydziałami, ponad podziałami: jak strategia neutralności Biblioteki Głównej Akademii Górniczo-Hutniczej wzmacnia wspólnotę akademicką” udowodniło, że BG AGH jest integralną częścią uczelni, działającą dla jej rozwoju i współtworzącą jej pozytywny wizerunek online i offline.

Refleksje

Konferencja „Słowa – kluczem. Social media, marketing i komunikacja w bibliotekach” unaoczniała, że biblioteki są dziś w procesie głębokiej transformacji. Stają się nie tylko miejscem przechowywania i udostępniania wiedzy, lecz także laboratorium nowych technologii, przestrzenią edukacji medialnej, a nawet moderatorem życia społecznego i kulturalnego.

Dyskusje prowadzone podczas dwóch dni obrad pokazały, jak istotne jest dla współczesnych bibliotek wykrócenie poza tradycyjne ramy funkcjonowania.

Biblioteki akademickie, pedagogiczne i publiczne stoją przed podobnymi wyzwaniami – muszą nauczyć się mówić językiem swoich użytkowników, być obecne tam, gdzie są oni aktywni, czyli w mediach społecznościowych, i jednocześnie zachować swoją misję edukacyjną oraz naukową. Szczególnie inspirujące było zobaczenie, jak różnorodne instytucje – od małych bibliotek gminnych po duże ośrodki akademickie – znajdują własne, kreatywne sposoby na budowanie relacji ze społecznością i wzmacnianie swojej pozycji.

Trendy w mediach społecznościowych, rosnąca rola sztucznej inteligencji oraz redefinicja kompetencji bibliotekarzy wskazują, że przyszłość bibliotek jest budowana na styku tradycji i innowacji. Bibliotekarze stają się nie tylko zarządcami zbiorów, ale także influencerami, data stewardami, moderatorami społeczności i edukatorami cyfrowymi. To wymaga ciągłego doskonalenia umiejętności i otwartości na zmiany, ale jednocześnie otwiera przed bibliotekami niespotykane dotąd możliwości wpływu na życie akademickie i społeczne. W tym procesie zawsze jednak pamiętamy o wymaganiach i potrzebach naszych użytkowników.

Ogromnym sukcesem konferencji było zainteresowanie, jakie wzbudziła wśród uczestników. Pozytywne opinie oraz sugestie dotyczące kolejnych edycji pokazują, że tematyka komunikacji, marketingu i nowych technologii w bibliotekach jest nie tylko aktualna, ale wręcz niezbędna w dzisiejszym środowisku bibliotekarskim. Mamy nadzieję, że w najbliższych latach będzie możliwa organizacja kolejnej edycji konferencji „Słowa – kluczem”, która stanie się platformą wymiany doświadczeń i inspiracji dla całego środowiska.

Akceptacją zgłoszonych wystąpień zajmował się komitet naukowy konferencji w składzie: dr Stanisław Skórka (BG AGH), dr Natalia Pamuła (UMK, Toruń), dr hab. Marek Kolasa (UKEN, Kraków), dr hab. Jacek Gądecki (WH AGH). Za przygotowanie i organizację konferencji odpowiedzialny był Zespół ds. Marketingu BG, pod kierownictwem Agnieszki Podrazik – zastępcy dyr. BG AGH, w składzie: Karolina Forma-Kita, Karolina Imiołek-Stachura, Dominik Woźniak, Wioleta Żarów, Marta Tabisz, Paweł Nowaczyk, Paweł Łapucha, Justyna Stanek-Kapcia, Sabina Olszyk, Mariusz Wijas oraz Agnieszka Bała. Zwiedzanie BG zostało zorganizowane przez Monikę Szuman i Justynę Korczak.

Wydarzenie zostało objęte patronatem honorowym Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Konferencji Dyrektorów Bibliotek Akademickich Szkół Polskich oraz Stowarzyszenia Bibliotek Szkół Wyższych. Patronat medialny nad konferencją objęły portale internetowe: Forum Akademickie oraz sbp.pl. Wydarzenie wsparli partnerzy: JoVE, EMIS ISI Markets, Legimi SA oraz Azymut i IBUK Libra PWN.