

Knjižnica Ivana Potrča Ptuj na družbenih omrežjih

Taja Bračič

taja.bracic@knjiznica-ptuj.si

Primož Potočnik

primoz.potocnik@knjiznica-ptuj.si

Knjižnica Ivana Potrča Ptuj

Želimo se pokazati in biti videni. Vabljeni na vsa naša družabna družbena omrežja.

Družbena omrežja so pomembna pridobitev današnjega časa; postala so močno promocijsko orodje, s katerim se knjižnice lahko predstavimo na spletni oglasni deski. Življenja brez njih si ne moremo več predstavljati, sploh v zadnjem letu smo bili deležni velikih sprememb, ki nam jih je prinesel čas koronavirusa. Omogočajo nam lažjo komunikacijo in povezovanje med nenehno razširjajočimi se krogi stikov. Družbena omrežja so odlično orodje za pridobivanje novih uporabnikov.

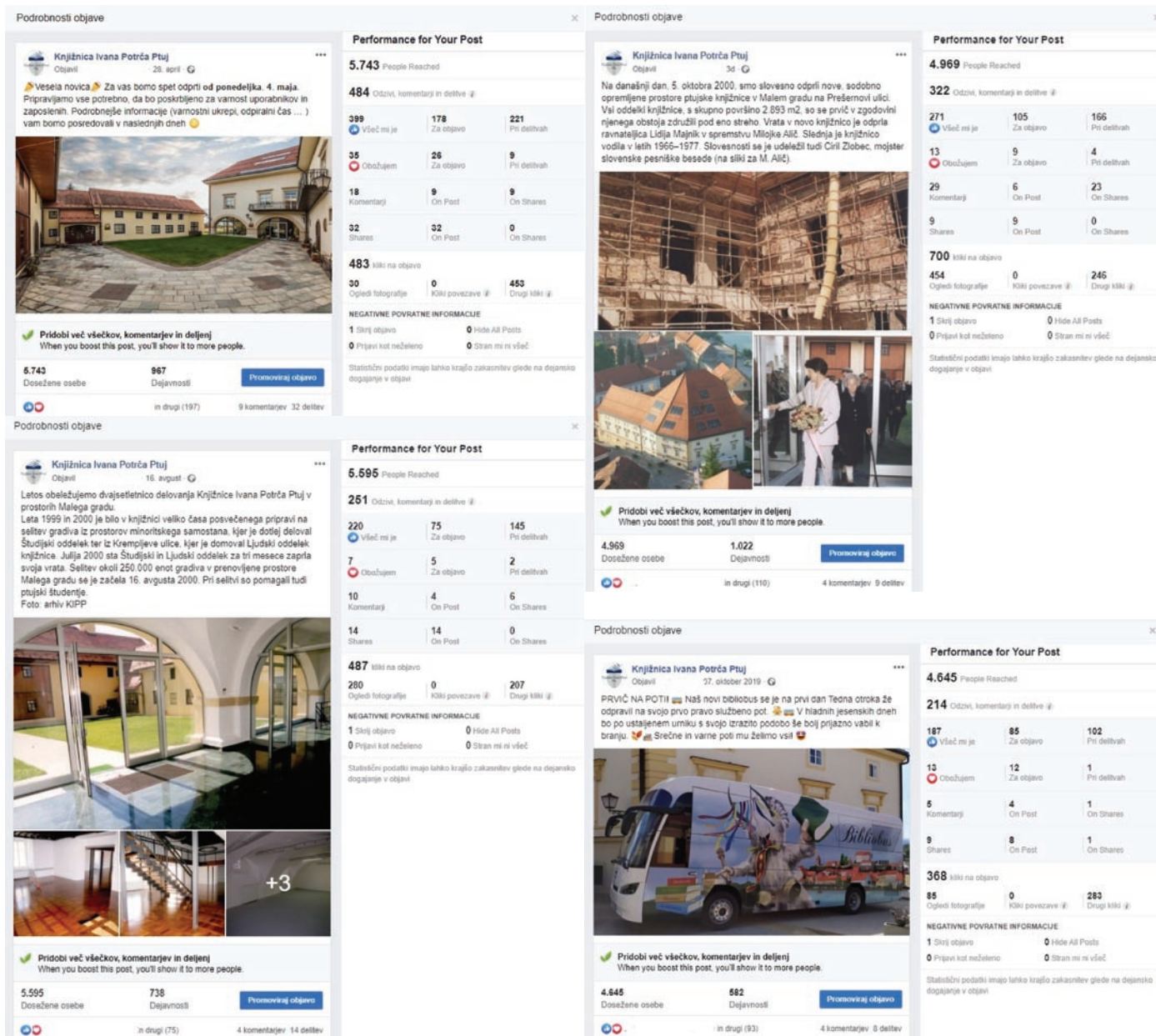
Facebook

Knjižnica Ivana Potrča Ptuj ima profil na Facebooku od leta 2012. Leta 2016 se je oblikovala interna skupina za družbena omrežja, v kateri šest zaposlenih ureja profil. Za boljšo strukturiranost objav imamo tudi urnik oziroma načrt objav. Mesečno na Facebooku objavimo povprečno 14 objav, na Instagramu 15 in na Twitterju 27. Objavljamo obvestila o novicah, novostih, prireditvah, priporočenem gradivu ipd. Trenutno našemu profilu na Facebooku sledi 2368 sledilcev.

Glede na ciljno občinstvo se odločimo, katero družbeno omrežje bomo uporabili, in temu prilagodimo tudi stil pisanja (na primer za Instagram bolj sproščen stil in več emotikonov). Vse je odvisno od našega ciljnega občinstva. Statistika nam je pokazala, da naše uporabnike najbolj pritegnejo zanimive in privlačne fotografije, novice o znanih osebnostih Spodnjega Podravja in kulturni dediščini (npr. biografski leksikon Obrazi slovenskih pokrajin (Spodnjepodravci.si) in digitalna zbirka Kamra.si), kreativne in humorne fotografije (npr. *Bookface*, knjigobežnice, letoletna »knjigojelka«), dogodki za otroke (npr. Igralne urice s

knjigo in Pravljična joga za otroke), domoznansko in drugo dragoceno gradivo (npr. knjižne dragocenosti iz ptujske knjižnice) ter objavljanje najzanimivejših dogodkov v živo. Velik odziv uporabnikov je na nagradne igre, ki jih občasno prirejamo v sodelovanju z drugimi organizacijami (film, posnet po knjižni uspešnici). Redno uporabljamo funkcijo načrtovanje objav, saj nam olajša delo ob koncih tedna in praznikih. Največ odziva dosežemo s promocijo dogodkov, ki jih objavimo v sodelovanju z drugimi organizacijami (kot npr. Klub ptujskih študentov, CID Ptuj in druge knjižnice). Večini objav dodamo fotografijo, povezano z vsebino objave. Po izkušnjah in smernicah, ki se jih držimo, so krajša besedila za uporabnike privlačnejša in bolj brana. V besedilu objavimo povezavo do naše spletne strani, tako uporabnika usmerimo, kako lahko pride do več informacij. V objavah označimo tudi druge organizacije ali osebe, o katerih govorimo. S tem dosežemo, da jih vidijo tudi njihovi prijatelji oziroma sledilci, to pa

Leto 2021 naj bo leto novega zagona, ki naj v vas prebudi spečega misleca, otroka, ustvarjalca. Naj bo to leto neskončnih popotovanj, ki vam bodo prinesla nova spoznanja in vas navdibnila za dobra dela. Želim vam, da bi v letu 2021 prebrali knjigo, ki vam bo spremenila življenje.



Primeri uspešnih objav na profilu Facebook, pri čemer vidimo doseg števila sledilcev oziroma uporabnikov in všečkov. Seveda je to okvirna metrika, saj se ne smemo sklicevati na to, kako učinkovita je komunikacija na strani na Facebooku. To pomeni, da je našo objavo videlo pod deset odstotkov naših všečkarjev, kar ne zagotavlja, da jo bodo tudi prebrali ali se odzvali nanjo.

občutno poveča doseg naše objave. Pri nekaterih objavah, dogodkih in nagradnih igrah se odločimo tudi za promocijske objave, ki delujejo po sistemu: več kot plačamo, več dobimo. Facebook po svojem algoritmu določi prikazovanje objav naših sledilcev oziroma prijateljev. Možnost, da uporabniki družbenih omrežij objave potem delijo s svojimi prijatelji, je ena

najpomembnejših prednosti družbenih omrežij.

Za projekt Bralna značka za odrasle smo dodali skupino na družbenem omrežju Facebook. Na strani skupine prav tako objavljamo različne vsebine, ki se nanašajo na to tematiko.



Statistika nam je pokazala, da naše uporabnike najbolj pritegnejo zanimive in privlačne fotografije, novice o znanih osebnostih Spodnjega Podravja in kulturni dediščini.

Instagram

Instagram je omrežje lepih fotografij, videov in zgodb; bolj ga uporablja mlajša populacija. Delimo lahko zelo uspešno objavo, saj omogoča veliko različnih filtrov, učinkov in napisov za umetniški vtis. Pozornost pritegnemo z izvirnimi fotografijami sproščenih poljubnih objav iz zakulisja knjižnice. Vse, kar resnično potrebujemo, je malo ustvarjalnosti, da pritegnemo sledilce z zabavnimi in smiselnimi objavami. Pomembne so oznake; t. i. ključniki (#hashtag). Uporabnikom omogočimo, da naše objave lažje najdejo, saj z njimi kategoriziramo objavo. Optimalno število ključnikov (#hashtagov) je enajst, pri čemer je treba najti najprimernejše in večkrat uporabljene glede na sporočilo fotografije ali videovsebine. Primer našega najpogosteje uporabljenega ključnika je #knjiznicaivanapotrca ptuj. Dodamo lahko lokacijo, kje je fotografija nastala oziroma kje točno se knjižnica nahaja. Označimo lahko osebe, ki so na fotografiji, ali druge institucije. V zadnjih letih smo na Instagramu in Facebooku uporabniki postali bogatejši za novost, ki se imenuje Instagram zgodbe (Stories) in Facebook zgodbe (Story). Objavite lahko fotografije ali videovsebine, ki po 24 urah izginejo z vašega profila. Omogoča komuniciranje z bralci po novih in drugačnih poteh. Pri Instagram zgodbi lahko postavite vprašanje, kar pomeni, da lahko imajo uporabniki aktivno vlogo. Prav tako dodajamo ključnike (#hashtag).

Twitter

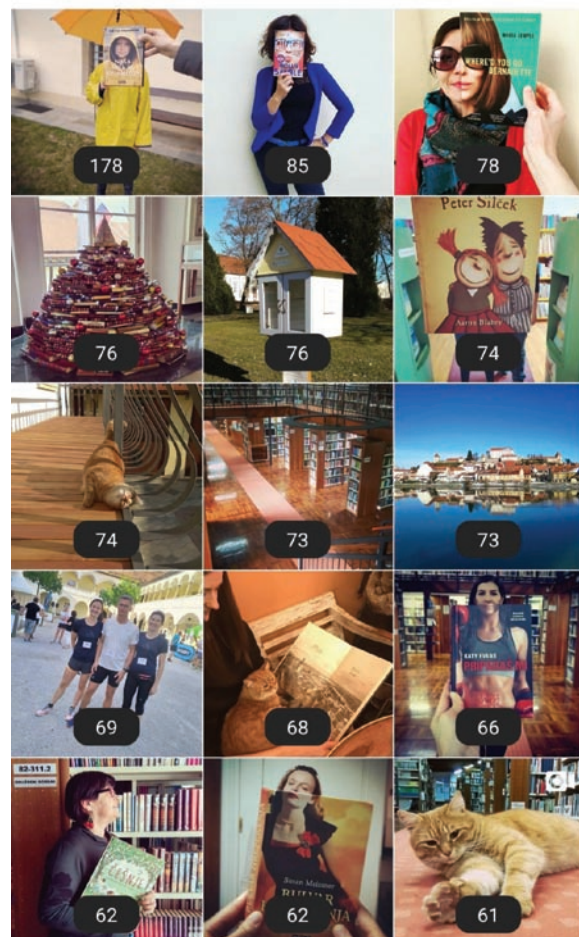
Na družbenem omrežju Twitter prav tako objavljamo in komentiramo aktualne dogodke knjižnice. Glavni cilj je komunikacija. Posebnost Twitterja je, da morajo biti besedila krajša, saj smo omejeni na 160 znakov. Kljub temu da Twitter zajema manj fotografij, se zavedamo, da z njim pritegnemo del uporabnikov. Tudi v tem družbenem omrežju so pomembni ključniki (#hashtag), s katerimi kategoriziramo svojo objavo, s simbolom @ (afna)

← Posts

Any ▾

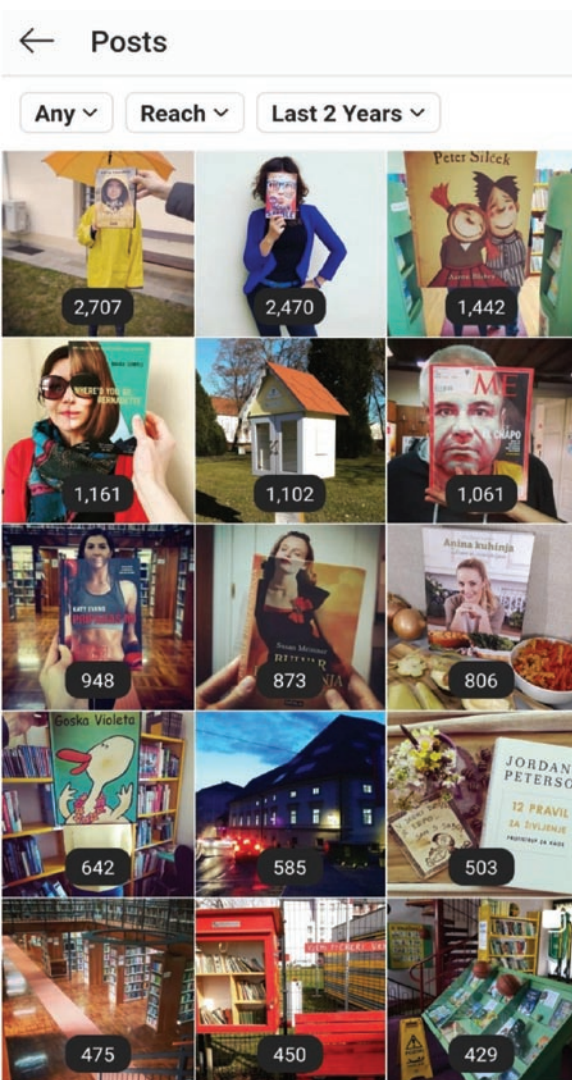
Likes ▾

Last 2 Years ▾



■ Najbolj všečkane objave na Instagramu

pa označimo druge organizacije ali uporabnike, ki so pomembni za našo objavo. S tem povečamo svojo prepoznavnost in prepoznavnost naših dogodkov. Uporabljamo jih, kadar vsebina govori o njih, saj s tem našo objavo vidijo tudi njihovi sledilci in se posledično doseg objave poveča. V zadnjem letu si za infografiko pomagamo z orodjem Canva. Za zahtevnejše oblikovanje pa skrbi sodelavec, ki uporablja orodja Adobe.



■ Objave na Instagramu, katerih doseg sledilcev je bil največji

YouTube

Zaradi omejenega števila obiskovalcev na prireditvah smo aktivirali kanal YouTube knjižnice in začeli pretočno predvajati lastne prireditve. Dogodke lahko spremljamo v živo ali si jih ogledamo kasneje. Za večjo gledanost videov jih promoviramo na preostalih družbenih omrežjih in na spletni strani.

Trend spremljanja naših aktivnosti v digitalnem okolju izvajamo v orodjih za analitike, ki nam jih družbena omrežja sama ponujajo. Merijo uspešnost različnih metrik za posamezne objave.

Z družbenimi omrežji se predstavljamo, povezujemo in si izmenjujemo informacije. Trend digitalnega sveta v zadnjem času narašča; klasične knjižnice se spreminjajo, vendar kljub temu zaslon tablice, mobilnega telefona ali katere druge digitalne naprave ne bo nadomestil tistih pravih strani v knjigi. Knjižnice so veliko več kot samo »izposojevalne postaje«, so kraj srečanja ali druga dnevna soba. Prednost družbenih omrežij je nov način komuniciranja, hitro nam zagotavljajo sveže in posodobljene informacije. Želimo se pokazati in biti videni. Vabljeni na vsa naša družabna omrežja.●

Literatura in viri:

- Mesarec, P. (2017). *Socialna omrežja za nevladnike in nevladne organizacije*. Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij.
- Korošec, M. (2020). *Digitalni marketing od A do Ž*. Rdeča Oranža.
- Gojznik, Č. in Mivšek Sitar, U. (2017). *Zakaj je analitika družbenih omrežij lahko problematična?* <http://www.marketingmagazin.si/novice/mmarketing/14311/zakaj-je-analitikadruzbenih-omrezij-lahko-problematicna>
- Safe.si. (b. d.) *Točka osveščanja o varni rabi interneta in mobilnih naprav za otroke, najstnike, starše in učitelje*. <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/instagram>
- Maxwell, L. (2018). *Instagramming tips for librarians*. <https://bookriot.com/2018/08/28/instagram-tips-for-librarians/>
- Burke, J. (2018). *How Would You Like to Learn Instagram Marketing from the Experts?* <https://www.intellicraftresearch.com/more-than-10-instagram-marketing-experts-that-libraries-can-learn-from/>

Knjižnice so veliko več kot samo »izposojevalne postaje«, so kraj srečanja ali druga dnevna soba. Prednost družbenih omrežij je nov način komuniciranja, hitro nam zagotavljajo sveže in posodobljene informacije.



*Naj bo v novem letu
stisk roke močan, nasmeh
prijazen, pogled ljubeč in
vsak objem iskren.*

Ines Grlj