

Aneta Kubisiak
Biblioteka Politechniki Łódzkiej
aneta.kubisiak@p.lodz.pl

Jak grać, aby wygrać, czyli kilka pomysłów na „ściągnięcie” czytelników do biblioteki

Streszczenie: W artykule opisano wybrane procesy i wydarzenia, jakie zrealizowano w Bibliotece Politechniki Łódzkiej oraz przedstawiono propozycje imprez, które być może sprawią, że biblioteki zmienią swój wizerunek w oczach użytkowników.

Słowa kluczowe: biblioteki, czytelnicy, imprezy biblioteczne, Biblioteka Politechniki Łódzkiej

Truizmem jest pisanie, że postępująca technika, cyfryzacja literatury, wiedza dostępna w internecie, uczelniane platformy cyfrowe oraz niż demograficzny niekorzystnie wpływają na statystyki odwiedzin w bibliotekach szkół wyższych. Faktem jest, że stoimy przed problemem i pytaniem – co zrobić, by biblioteki uczelniane były interesujące dla użytkowników? Jaki wizerunek biblioteki stworzyć, poprzez jakie akcje ją promować, by stała się atrakcyjna dla studentów i pracowników uczelni?

Wzorem europejskich standardów dyrekcja Biblioteki Politechniki Łódzkiej (BPŁ) podjęła decyzję o zmianie w sposobie udostępniania zbiorów. I tak od roku 2011 magazyny biblioteki sukcesywnie przekształcano w otwarte strefy, żeby zachęcić czytelników do samodzielnej eksploracji uporządkowanych działowo zbiorów oraz zwiększyć atrakcyjność w zakresie dostępu do literatury drukowanej. Jednocześnie w przestrzeni biblioteki wyodrębniono obszary dla użytkowników z kanapami, podłogowymi poduszkami i fotelami, gdzie studenci mogą oddać się chwili relaksu i odpoczynku. W dalszych planach jest reorganizacja wybranych obszarów gmachu biblioteki w kierunku zapewnienia otwartych przestrzeni sprzyjających komunikacji interpersonalnej i stref relaksu dla odwiedzających.

Coraz częściej spotykaną formą aktywności bibliotek jest organizowanie wystaw oraz spotkań autorskich z pisarzami i poetami. Także BPŁ permanentnie organizuje wystawy w Galerii Biblio-Art¹ oraz zaprasza na cykliczne spotkania w PrzedSIONKU Literackim². Jednak podjęte działania wydają się niewystarczające – nadal biblioteka nie jest jednostką, która zachęca studentów swą atrakcyjnością. Dlatego też należy się zastanowić, w jaki sposób dotrzeć do studentów, jak ich przyciągnąć, a jednocześnie pokazać bibliotekę akademicką w innym świetle.

Obecne pokolenie studentów to tzw. pokolenie Z – osób, które dorastały [...] w świecie nowoczesnych technologii, mają więc bardzo wysoką zdolność funkcjonowania w wirtualnym świecie. Świetnie orientują się w nowinkach, bez trudu obsługują najnowsze gadżety³. Jednocześnie są to osoby młode, pełne energii i chęci zabawy. Z powyższych powodów

¹ Galeria Biblio-Art [on-line], [dostęp 11.06.2016]. Dostępny w: <http://www.p.lodz.pl/pl/lista/galeria-biblio-art>.

² PrzedSIONEK Literacki [on-line], [dostęp 11.06.2016]. Dostępny w: <http://bg.p.lodz.pl/przedSIONEK/przedSIONEK.htm>.

należy uznać, że promocja biblioteki powinna być ukierunkowana na taki typ użytkownika. Oprócz konwencjonalnych usług oferowanych przez biblioteki powinny być organizowane zupełnie inne przedsięwzięcia, mające na celu ukazanie biblioteki w mniej tradycyjnym świetle.

Realizując ten sposób myślenia o kreowaniu wizerunku biblioteki, pracownicy BPŁ zaprosili użytkowników do zabawy w „Mega Jengę”⁴, która została wypożyczona bezpłatnie od firmy eventowej. Tradycyjna gra Jenga jest prostą grą zręcznościowo-umysłową. Składa się z drewnianych klocków, z których należy zbudować jak najwyższą wieżę (trzy klocki na piętro). Żeby wieża osiągnęła coraz wyższe kondygnacje, gracze na przemian wyciągają jeden klocek z dowolnego piętra wieży i kładą go na szczycie, uważając, by wieża się nie zawaliła. Wyjmowanie i układanie klocków trwa do momentu przewrócenia się wieży. Przegrywa osoba, której ruch doprowadzi do upadku budowli.

Aby uzyskać większy efekt zabawa w BPŁ polegała na grze w Mega Jengę – tradycyjne klocki zastąpiono podobnymi, ale o gigantycznych rozmiarach (układano cztery klocki na piętrze). Dłużnikom biblioteki zaproponowano rozgrywkę, której stawką było anulowanie długu z tytułu nieterminowego zwrotu książek. Do pojedynku stawał student kontra bibliotekarz – wygrana żaka była równoznaczna z całkowitym anulowaniem zadłużenia. W przypadku przegranej (wygrał bibliotekarz) opłata za przetrzymane książki była umarzana w 50%. Warunkiem finansowej amnestii był zwrot przetrzymanych książek. Akcja została zorganizowana podczas Tygodnia Bibliotek. Trwała dwa dni (10-11 maja) w godzinach 10-15.



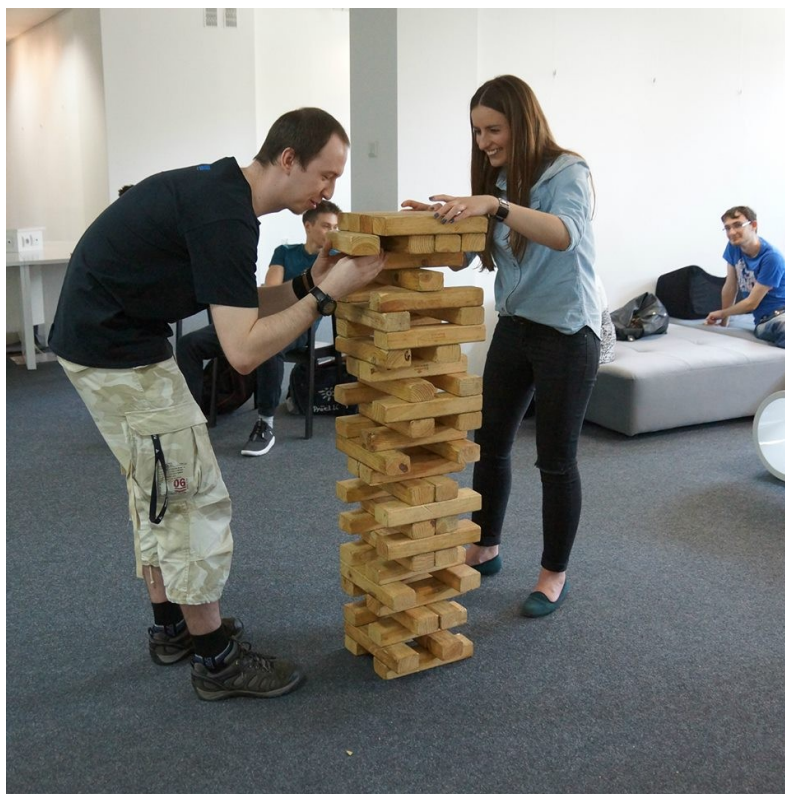
Fot. 1. Rozgrywki w Mega Jengę w BPŁ
Aut. Beata Ignaczak.

³ PAWŁOWSKA, M. Generacja Z. Młodzi, otwarci, wychowani w dobrobycie, żyjący w świecie wirtualnym, skazani na kryzys. W: *naTemat* [on-line], [dostęp 3.06.2016]. Dostępny w: <http://natemat.pl/55617.generacja-z-mlodzi-otwarci-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>.

⁴ Zob. Mega wieża Jenga. W: *YouTube* [on-line], [dostęp 3.06.2016]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=bxVbTCVrFjQ>.

Zainteresowanie grą było tak duże, że studenci stawiali do pojedynku przeciwko sobie lub mecze rozgrywano parami (dwóch studentów kontra dwóch studentów). Rzadko zdarzała się rozgrywka pomiędzy bibliotekarzem a dłużnikiem, częściej rozgrywano pojedynki, w którym brał udział bibliotekarz i trzech studentów.

Użytkownikom pomysł bardzo się spodobał. Często po zakończeniu swojego pojedynku (i dopełnieniu formalności związanych z umorzeniem opłaty) zostawali, by pokibicować lub ponownie grali np. w zespole z bibliotekarzem, ponadto chętnie wracali podczas kolejnej przerwy w zajęciach, by jeszcze pograć. Warto zauważyć, że niezależnie od wyniku rozgrywek zabawa wywoływała tylko pozytywne emocje. Nie brakowało radości, ducha gry zespołowej, wzajemnej pomocy i budowania dobrych relacji między uczestnikami.



Fot. 2. Rozgrywki w Mega Jengę w BPŁ
Aut. Beata Ignaczak.

Statystyka z przeprowadzonej akcji stanowi najlepsze odzwierciedlenie zainteresowania: w ciągu 10 godzin w zabawie wzięło udział 68 czytelników, czas gry uzależniony był od umiejętności graczy i średnio wynosił ok. 10-15 minut. W wyniku rozgrywek odzyskano 233 przetrzymane książki.

Zabawą zainteresowała się także pobliska kręgielnia, która podarowała 5 voucherów dla graczy. Jednocześnie zaproponowała dalszą współpracę przy organizowaniu podobnych akcji. Zaproszenia do kręgielni były dodatkową atrakcją dla studentów oraz motywacją do gry.

Po zakończeniu zabawy do dyrekcji został zgłoszony pomysł zakupu Mega Jengi lub tradycyjnej – małej Jengi dla studentów oraz zorganizowania kącika gier planszowo-karcianych. Koszt takiej inwestycji nie jest duży, a z całą pewnością kącik gier uatrakcyjni przestrzeń biblioteki i urozmaici ofertę biblioteki skierowaną do studentów, wpasowując się w ideę biblioteki jako trzeciego miejsca.

Wydaje się, że model zabawy, np. gry czy turnieju, jest trafioną formą promocji biblioteki akademickiej, której dominującą grupę użytkowników stanowią studenci. Jeżeli dodatkowo biblioteka zaangażuje się w ważne wydarzenia społeczne, ma większe szanse na poprawę frekwencji, która może przełożyć się na zwiększenie zainteresowania również tradycyjną ofertą usługową.

Przykładowym pomysłem może być zorganizowanie turnieju piłkarskiego na Play Station (przy okazji rozgrywanych Mistrzostw Europy czy Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej). Obecne pokolenie studentów doskonale odnajduje się w grach wirtualnych i taka postać zabawy w bibliotece może im się spodobać, a jednocześnie im je zaskoczyć. Oczywiście takie wydarzenie wiąże się już z kosztami wynajęcia sprzętu oraz ufundowaniem nagród dla zwycięzców. Jednak bez zaangażowania środków finansowych trudno promować bibliotekę. Można też zaproponować inną wersję konkursu (nieco tańszą, ale i najpewniej mniej atrakcyjną) – chociażby mecze rozegrane na trambambuli (piłkarzyki stołowe). Jednocześnie całą bibliotekę można w trakcie mistrzostw udekorować gadżetami piłkarskimi i zorganizować tablice informacyjne z kalendarzem rozgrywanych meczów (począwszy od faz grupowych, aż po sam finał).

W zależności od środków finansowych można np. wynająć nadmuchiwaną boiskę do piłki nożnej lub do gigantycznych piłkarzyków i zorganizować turniej przed budynkiem biblioteki. Niewątpliwym warunkiem zorganizowania i przeprowadzenia tego typu akcji jest wcześniejsze nagłośnienie imprezy i zebranie do rozgrywek kilku chętnych drużyn.

W ramach promocji biblioteki warto także częściej organizować np. happeningi mikołajkowe lub angażować się w typowo środowiskowe akcje, np. Noc Bibliotek czy Tydzień Bibliotek. W tym czasie można zaproponować użytkownikom naszych instytucji niekonwencjonalne zabawy, np. w „Noc Bibliotek” biblioteczne podchody (z osiągnięciem wyznaczonego celu i kilkoma zadaniami do rozwiązania). Propozycja nie wymaga dużych nakładów finansowych, a wszystkim uczestnikom zabawy można zaproponować (jako dodatkową motywację) anulowanie opłaty za przetrzymane książki.

Niewątpliwie ciekawym narzędziem do zabaw zaproponowanych studentom może być Toobeez⁵. Toobeez przypomina zbiór pałeczek/kijeków o różnej długości oraz specjalnych łączników. Jednak narzędzie to stwarza nieograniczone możliwości prowadzenia warsztatów z budowania i integracji zespołów, rozwiązywania konfliktów czy poprawy komunikacji. Przy użyciu odpowiednich ćwiczeń Toobeez daje możliwość poprowadzenia szkoleń lub zabaw w sposób ciekawy i niestandardowy.

⁵ Zob. Toobeez. W: *You Tube* [on-line], [dostęp 3.06.2016]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=kdWBA9gNFZY>.

Użytkownikom bibliotek można zaproponować szkolenia np. z komunikacji czy budowania zespołu lub wykorzystać Toobeez jako narzędzie do zorganizowania zabawy (w formie zmagania drużynowych lub jako indywidualne potyczki). W celu zmniejszenia kosztów wynajmu można od firm eventowych pożyczyć tylko sprzęt, rezygnując z usług instruktora i samodzielnie poprowadzić zabawę (tu ograniczeniem może być jedynie wyobraźnia bibliotekarzy).

Atrakcyjną propozycją dla społeczności uczelnianej (nie tylko dla studentów, ale także i dla pracowników) może być przeprowadzenie nietypowych jak na bibliotekę szkoleń np. z zarządzania sobą w czasie czy autoprezentacji. Bez wątplenia takie wyzwanie wymaga dużego nakładu pracy oraz merytorycznego przygotowania się do zajęć, może nawet zaproszenie prelegenta spoza biblioteki czy uczelni, jednak ciekawie poprowadzone ćwiczenia mogą znaleźć wielu odbiorców.

Koncepcji na promocję biblioteki może być naprawdę dużo. Pomysłów należy szukać nie tylko w literaturze, można także odnieść się do osobistych doświadczeń bibliotekarzy i przenieść je na grunt zawodowy. Oczywiście dużo zależy od możliwości finansowych jednostek, jednak równie ważnym elementem jest zaangażowanie samych bibliotekarzy oraz przychylność przełożonych i współpracowników do proponowanych rozwiązań. Żeby odnieść sukces, należy ryzykować i próbować.

Bibliografia:

1. *Galeria Biblio-Art* [on-line], [dostęp 11.06.2016]. Dostępny w: <http://www.p.lodz.pl/pl/lista/galeria-biblio-art>.
2. Mega wieża Jenga. W: *YouTube* [on-line], [dostęp 3.06.2016]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=bxVbTCVrFjQ>.
3. PAWŁOWSKA, M. Generacja Z. Młodzi, otwarci, wychowani w dobrobycie, żyjący w świecie wirtualnym, skazani na kryzys. W: *naTemat* [on-line], [dostęp 3.06.2016]. Dostępny w: <http://natemat.pl/55617.generacja-z-mlodzi-otwarci-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>.
4. *Przedsionek Literacki* [on-line], [dostęp 11.06.2016]. Dostępny w: <http://bg.p.lodz.pl/przedsionek/przedsionek.htm>.
5. Toobeez. W: *YouTube* [on-line], [dostęp 14.06.2016]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=kdWBA9gNFZY>.

Kubisiak, A. Jak grać, aby wygrać – czyli kilka pomysłów na „ściągnięcie” czytelników do biblioteki. *Biuletyn EBIB* [on-line] 2016, nr 5 (167), Impresariat w bibliotece, czyli organizacja imprez i wydarzeń. [Dostęp 15.09.2016]. Dostępny w: <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/444>. ISSN 1507-7187.