



## Rondetafelgesprek OKBV: Kan de kunstbibliotheek nog zonder sociale media?

24 februari 2017

Het Overleg Kunstbibliotheken Vlaanderen, OKBV, organiseert op regelmatige basis rondetafelgesprekken. Aan de hand van een aantal discussievragen over een hot topic delen de deelnemers hun ervaringen, hun do's en don'ts, en ze laten ook ruimte aan nieuwe ideeën. Van die gesprekken wordt telkens een bondig verslag gemaakt zodat ook niet-deelnemers inspiratie kunnen opdoen.

Een paar dagen voor het gesprek werd er een mini-enquête onder de deelnemers gehouden over het gebruik

terwijl sociale media de mogelijkheid bieden om in dialoog te komen met het publiek.

Sociale media worden vooral gezien als een aanvulling op de website, om bv. actuele info te delen zoals nieuwe aanwinsten of foto's van activiteiten. De bib kan zich hiermee profileren als toegankelijk en aanspreekbaar. Sociale media bieden ook de kans om een ander publiek te bereiken. Omdat ze vluchtig zijn, kan de toon luchtiger dan op de officiële website, maar zowel de inhoud als de toon worden uiteraard best aangepast aan de doelgroep.

### “MOET EEN INSTELLING MEELOPEN IN DIE 'ECONOMIE VAN DE AANDACHT'?

van sociale media. Hieruit bleek o.m. dat Facebook het meest gebruikte sociale medium is. Volgens een nog jonge rondetafeltraditie bij het OKBV werd ook deze keer het gesprek op gang gebracht aan de hand van vijf boude stellingen. Iedere deelnemer gaf hierop zijn reactie, vanuit zijn of haar eigen ervaring en werkomgeving. De sfeer was geanimeerd, doorspekt met humor, een echt *social event* over social media.

STELLING 1: ONZE WEBSITE VOLSTAAT, WE HEBBEN GEEN SOCIALE MEDIA NODIG.

Algemeen volstaat de website voor de meer stabiele informatie zoals adres, openingsuren en catalogus. Maar een site is altijd eenrichtingsverkeer,

De mogelijkheid om meerdere applicaties aan elkaar te linken, bv. de site aan Facebook en Instagram, is aantrekkelijk. Opvallend: als er moet gekozen worden tussen website of sociale media, kiezen sommigen resoluut voor sociale media.

STELLING 2: SOCIALE MEDIA GEBRUIKEN WE ENKEL EN ALLEEN OM ZICHTBAAR TE ZIJN.

De zichtbaarheid is uiteraard belangrijk, maar het is niet het enige wat telt. Sociale media hebben ook een praktisch nut, bv. als platform voor IBL of om actuele info te verspreiden.

Onmiskienbaar is de externe druk om met sociale media te werken. Maar moet een instelling meelopen in die 'economie van de aandacht'? Hebben

we genoeg tijd om er mee bezig te zijn?

STELLING 3: WAT JE PUBLICEERT, IS NIET BELANGRIJK.

Hoe actiever, hoe hoger de rating en de zichtbaarheid. Vanuit die context lijkt de activiteitsgraad belangrijker dan de inhoud, maar het is ook bekend dat volgers afhaken als ze overspoeld worden door zinloze berichten.

De boodschap is: hou het speels, maar breng een boodschap. Berichten met een persoonlijke toets doen het goed, zoals foto's met mensen. Sociale media accounts beheren met een team zorgt voor meer variatie en frisheid. Niet onbelangrijk: Facebook blijkt vooral geschikt voor goed nieuws.

STELLING 4: IK DOE WAT IK DOE, EN TUSSEN DROOM EN DAAD STAAN ER GEEN WETTEN EN PRAKTISCHE BEZWAREN.

Deze stelling scheidt de groep in twee. De eerste groep krijgt vrij spel van hun organisatie om te posten wat ze willen.

De andere groep werkt samen met de dienst communicatie van hun instelling. Alles wat de wijde wereld ingaat, moet passen in de huisstijl en in de communicatiestrategie. Dit hoeft niet negatief te zijn, want een kwalitatieve communicatiestrategie zou enkel een meerwaarde mogen zijn.

STELLING 5: ALS IK NIET GENOEG LIKES KRIJG OP MIJN BERICHT, IS MIJN DAG OM ZEEP.

Geen enkele deelnemer geeft toe verslaafd te zijn aan likes,

maar niemand is er onverschillig voor. Interactie met de gebruikers wordt echter veel hoger ingeschat.

CONCLUSIE.

Tijdens het gesprek werden de mogelijkheden van sociale media duidelijk belicht, maar er werden ook kritische bedenkingen geformuleerd. Loont het allemaal de moeite? En hoe verhoudt de input zich tot de return?

Of deze momentopname van twaalf kunstbibliotheken representatief is voor het brede veld is onzeker, maar in afwachting van een grondiger onderzoek, kan dit gesprek als vertrekpunt fungeren.

Julia Clever, Caroline Claeys, Johan Eeckeloo en Thomas Van den Eynde.

- > Het verslag kun je lezen op <https://www.vvbad.be/activiteit/kan-de-kunstbibliotheek-nog-zonder-sociale-media>.
- > Een overzicht van de verslagen van alle rondetafelgesprekken vindt u op de activiteitenpagina van het OKBV <https://www.vvbad.be/over-vvbad/structuur-en-organisatie/besturen/overleg-kunstbibliotheken-vlaanderen-okbv>.