

7

Remigiusz Sapa*

Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Jagielloński

BIBLIOTECZNY SERWIS WWW JAKO NARZĘDZIE *PUBLIC RELATIONS*: KOMUNIKACJA Z GRUPAMI OTOCZENIA [LIBRARY WEB SITE AS A PR TOOL: COMMUNICATION WITH SELECTED GROUPS FROM A LIBRARY ENVIRONMENT]

Abstrakt: Budowanie i utrzymanie więzi z otoczeniem poprzez organizowanie środowisk wspierających działania danej organizacji i zagwarantowanie im odpowiednich warunków do sprawnej, dwukierunkowej komunikacji należy do najważniejszych zadań w ramach PR. Analiza zawartości serwisów WWW dziesięciu czołowych bibliotek akademickich Stanów Zjednoczonych pozwala wskazać możliwości wykorzystania serwisu WWW do realizacji tego typu działań. Przedstawiono charakterystykę stron WWW tych grup, zakres ich działań, możliwości kształtowania wizerunku oraz ich miejsce w serwisach WWW bibliotek akademickich.

Abstract: Creating and maintaining bonds with the environment by organizing supporting groups and providing them with satisfactory conditions for effective two-way communication, is one of the most important tasks of an organization in the field of public relations. Content analysis of the Web sites of leading American academic libraries makes it possible to indicate various possibilities of using library Web sites for such purposes. The author concentrates on presenting and describing the characteristics of sub-sites specially designed for so called "friends of the library" or "library associates" and discusses their scope, content and ability to shape an image.

* REMIGIUSZ SAPA, wykładowca w Instytucie INiB UJ. Prowadzi badania w zakresie zarządzania i oceny jakości zasobów i usług informacyjnych. Ważniejsze publikacje: Algorytm rankingowy wyszukiwarek internetowych. *Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej* (2000); Zarządzanie bibliotecznym serwisem WWW, *EBiB* (2000); Ocena jakości serwisów WWW. W: Kocójowa, M. red. (2001). *Spółczesność informacyjna: jakość edukacji i pracy bibliotecznej oraz Academic library Web sites versus commercial Web sites: basics for benchmarking*. LIDA 2001, Croatia May 23–27 [<http://www.ffzg.hr/infoz/lida2001/prcsnt/sapa.doc>]. Adres elektr.: sapa@bilon.miks.uj.edu.pl



Realizacja zadań z zakresu PR w bibliotece wymaga stosowania różnych technik i narzędzi i dotyczy wielu aspektów jej funkcjonowania. Biblioteczny serwis WWW należy do tych obszarów działań, w których możliwe jest intensywne prowadzenie zarówno zewnętrznych, jak i wewnętrznych form PR. Budowanie i utrzymanie więzi z otoczeniem poprzez organizowanie środowisk wspierających działania danej organizacji i zagwarantowanie im odpowiednich warunków do sprawnej, dwukierunkowej komunikacji należy do zadań, które – jak pokazuje praktyka – są właśnie chętnie realizowane z wykorzystaniem możliwości środowiska WWW.

Analiza zawartości dwudziestu pięciu serwisów WWW bibliotek najlepszych (według rankingu Usenews [<http://www.usnews.com/usnews/edu/eduhome.htm>] z 2002 r.) amerykańskich uczelni pozwala wskazać możliwości wykorzystania serwisu WWW do realizacji tego typu działań. W artykule wzięto pod uwagę wyodrębnione podserwisy skierowane do szeroko rozumianej społeczności „Przyjaciół biblioteki”, której członkowie opłacają składki lub w inny sposób finansują działalność biblioteki. Skoncentrowano się zatem na zasobach przeznaczonych dla bezpośrednich sponsorów. Pominięte natomiast zostały, skądinąd także ważne, różnego rodzaju rady i komitety liderów działających w danym środowisku, decydentów z uczelni macierzystej, studentów itp. oraz grupy „Przyjaciół uczelni” jako całości.

Prowadzenie tego typu podserwisów w ramach serwisu WWW biblioteki akademickiej zaczyna być standardem w bibliotekach amerykańskich, ale, niestety, jest praktycznie niespotykanym zjawiskiem w Polsce. Spośród dwudziestu pięciu serwisów WWW bibliotek najlepszych polskich uczelni według rankingu *Rzeczpospolitej* z 1992 r. w żadnym nie stwierdzono istnienia tego typu podserwisów. **Natomiast aż czternaście z dwudziestu pięciu badanych serwisów bibliotek amerykańskich oferuje tego typu podserwis.** Co więcej, aż w dziewięciu przypadkach mają one charakter rozległy, bogaty i proponują wiele wyspecjalizowanych usług. Grupy, do których te podserwisy są adresowane, noszą różne nazwy. Najczęściej, bo w siedmiu przypadkach, określane są mianem „Przyjaciele biblioteki” (*The Library Friends*). W trzech bibliotekach posłużono się nazwą „Absolwenci i przyjaciele” (*Alumni and friends*). W pozostałych przypadkach nazwy miały bardziej indywidualny charakter: „Towarzysze biblioteczni” (*Library Associates*), „Towarzystwo biblioteczne” (*Library Society*) i „Stowarzyszenie Deering” (*Deering Society* – nazwa od nazwiska sponsorów). W dalszej części artykułu stosowane będzie wspólne określenie – stowarzyszenie. Mimo różnych nazw i odmiennie rozłożonych akcentów w samych podserwisach, łączą je wspólne cele i bardzo podobne zadania, które najkrócej można określić, cytując misję The Associates of the Stanford University Libraries [<http://garamond.stanford.edu/depts/asul/>], która określa w następujący sposób cele stowarzyszenia:

- rozbudzanie zainteresowania biblioteką i jej zbiorami oraz informowanie (...),
- działanie na rzecz rozwoju i podnoszenia jakości zasobów biblioteki przez pozyskiwania darów pieniężnych i materialnych,

- oferowanie programów socjalnych i edukacyjnych, wycieczek i imprez, służących tworzeniu, zbieraniu i zachowaniu materiałów bibliotecznych oraz dostarczanie materiałów publikowanych członkom stowarzyszenia.

Analiza treści wspomnianych podserwisów dostarcza informacji na temat zakresu i form prowadzonych działań. W artykule zwrócono przede wszystkim uwagę na te, które służą budowaniu wizerunku i komunikacji z otoczeniem. Wyodrębniono cztery podstawowe obszary: informacje o stowarzyszeniu, działalność stowarzyszenia, komunikacja ze sponsorami i darczyńcami, informacja o bibliotece i dostęp do zasobów.

INFORMACJE O STOWARZYSZENIU

Obszar ten nie należy do najczęściej eksploatowanych. Część podserwisów zawiera pewne informacje na temat misji danego stowarzyszenia, jego historii i struktury organizacyjnej, ale rzadko poświęca tym zagadnieniom więcej miejsca. Mimo że praktycznie w każdym przypadku mamy do czynienia z określeniem podstawowych celów danego stowarzyszenia, to jedynie w kilku podserwisach (np. Stanford, Princeton, Sheridan) określenie misji przyjmuje szerszą postać. Jak wspomniano wcześniej, mają one zbliżony charakter. Niemniej, można dostrzec pewne różnice w stopniu wykorzystania tego elementu dla budowy wizerunku biblioteki i akcentowaniu pewnych jego elementów. Dobrym przykładem jest podserwis oferowany w ramach serwisu WWW Sheridan, który w definicji misji stowarzyszenia dużo miejsca poświęca jego roli we wspieraniu innowacyjnych projektów, wykorzystaniu najnowszych technologii, mediów cyfrowych i budowaniu wizerunku bibliotek jako lidera informacji w przyszłości.

Tylko w trzech podserwisach doszukano się szerszych informacji na temat historii stowarzyszenia (Stanford, Dartmouth, Sheridan). W tych przypadkach akcentowane jest osadzenie w tradycji, trwałość i zasługi (oczywiście z uwzględnieniem faktu, że w przypadku amerykańskiego szkolnictwa na poziomie wyższym czasem kilkadziesiąt lat istnienia to już bardzo dużo).

Równie rzadko pojawiają się informacje o zarządzie stowarzyszenia i jego strukturze oraz poruszane są sprawy organizacyjne.

DZIAŁALNOŚĆ STOWARZYSZENIA

Obszar ten wraz z następnym (komunikacja ze sponsorami) stanowią z reguły największe i najbardziej eksploatowane części podserwisów. Tematyka różni się zależnie od specyfiki działań podejmowanych przez dane stowarzyszenie. Najczęściej są to treści dotyczące publikacji stowarzyszenia (10) oraz związane z imprezami organizowanymi dla członków (6) i wykładami (6). Rzadziej pojawiają się relacje i ogłoszenia dotyczące konkursów organizowanych dla użytkowników biblioteki (Duke, Brown), informacje związane z organizacją wyprzedaży książek (Duke, Chicago). W jednym przypadku (Princeton) wskazano na udzielanie przez stowarzyszenie krótkoterminowych grantów na badania prowadzone w oparciu o zasoby biblioteki.

Spśród publikacji wydzielić należy biuletyny przeznaczone dla członków stowarzyszenia. W niektórych podserwisach oferowany jest dostęp do pełnych tekstów numerów aktualnych i archiwalnych (Princeton, Brown, Georgetown). W dwóch przypadkach wydaje się, że wstrzymano publikację biuletynu, gdyż dostępne teksty i informacje dotyczą numerów sprzed kilku lat (Dartmouth, Fondren). Inny podserwis (Sheridan) odsyła do jednego wspólnego biuletynu dla całej biblioteki. W dwóch przypadkach istnieje możliwość prenumeraty, ale nie ma dostępu do pełnego tekstu w wersji elektronicznej (Penn, Stanford). Analiza zawartości dostępnych biuletynów pozwala stwierdzić, że koncentrują się one przede wszystkim na informowaniu członków o nowościach, konferencjach, wykładach i wystawach organizowanych w bibliotece, sprawozdaniach z imprez dla członków i prezentacji osiągnięć stowarzyszenia i biblioteki. Pełnią też inną ważną funkcję: poprzez zamieszczanie stosownych informacji służą uhonorowaniu darczyńców, prezentują zasoby, które można było nabyć dzięki sponsorom i wpłatom członków itp. Kwestie te będą dokładniej omówione w dalszej części dotyczącej komunikacji ze sponsorami.

Oprócz biuletynów oferuje się także członkom drobniejsze wydawnictwa okolicznościowe, pocztówki i kartki prezentujące cenne i atrakcyjne zbiory biblioteki (Chicago, Brown) czy wydawnictwa o charakterze bibliofilskim (Stanford).

Treści związane z imprezami organizowanymi dla członków stowarzyszenia są bardzo zróżnicowane, ale wyraźnie służą budowaniu więzi z biblioteką i tworzeniu wizerunku instytucji obecnej i uczestniczącej w życiu społeczności jej „przyjaciół”. Mamy tu zarówno zapowiedzi imprez, jak i sprawozdania, często bogato ilustrowane. Zamieszczane są szczegółowe kalendaria imprez i kroniki (Princeton, Penn Chicago). Także same imprezy przybierają różne formy: doroczne pikniki i wycieczki (Stanford), uroczysty obiad (Duke) czy gala zorganizowana dla członków (Fondren).

KOMUNIKACJA ZE SPONSORAMI I DARCYŃCAMI

Wśród badanych podserwisów w zasadzie nie ma takiego, który nie zawierałby jakichś elementów służących komunikacji z obecnymi i potencjalnymi sponsorami. Przy czym należy zaznaczyć, że jeśli standardem jest koncentrowanie się na pozyskiwaniu środków finansowych, to treści dotyczące przyjmowania darów materialnych (książki, czasopisma itp.) praktycznie w bezpośredniej formie w badanych podserwisach nie wystąpiły. Samo członkostwo także jest formą sponsorowania, gdyż wymaga dokonywania określonych wpłat. W tym kontekście nieco dziwi fakt, że w niektórych podserwisach brakuje wyczerpującej i jednoznacznej informacji, jak zostać członkiem i jakie korzyści z tego tytułu można otrzymać. Z reguły jednak (9 przypadków) informacje tego typu są dobrze wyeksponowane, precyzyjne i zachęcające do członkostwa. W 10 przypadkach stwierdzono istnienie mniej lub bardziej szczegółowych regulaminów umożliwiających opłacenie składki członkowskiej w różnych wysokościach i co za tym idzie różnicujące przywileje członków. Z reguły towarzyszą im także informacje natury technicznej, jak dokonać wpłaty, czy nawet gotowe formularze wpłaty przez Internet. Podobnie częste (9) jest informowa-

nie o możliwości dokonywania większych wpłat na z reguły bardzo precyzyjnie określone cele bądź regularnego sponsorowania wybranych działań bibliotek w ramach różnych funduszy. Bardzo charakterystyczne i godne uwagi jest właśnie często dosyć precyzyjne określanie celów, na które przekazywane są pozyskiwane środki. Zresztą treściom tym towarzyszą też zamieszczane w biuletynach bądź bezpośrednio w serwisie głównym informacje na temat dokonanych zakupów i zrealizowanych dzięki pozyskanym środkom projektów. W ten sposób powstaje wizerunek instytucji uczciwej i sprawnie zarządzanej, której warto dać pieniądze, w której nie zginą one w morzu wydatków, a zostaną bezpośrednio i konkretnie przełożone na podniesienie jej jakości i zadowolenia użytkowników. Wytworzenie zaufania i przekonania, że biblioteka nie zmarnuje lub wręcz nie zdefrauduje uzyskanych środków od sponsorów, szczególnie tych drobnych, wydaje się szczególnie ważne w polskiej rzeczywistości. Niektóre serwisy uzupełniają biuletyn i prezentują sylwetki darczyńców i pozyskane zasoby (Penn, Stanford, Michigan). Przestrzeń komunikacji z darczyńcami uzupełnia, niestety, niezbyt częsta możliwość przesyłania komentarzy bezpośrednio z podserwisu (Princeton, Penn, Chicago, Cornell, Sheridan) oraz w jednym przypadku (Cornell) możliwość założenia indywidualnego konta w celu profilowania usług oferowanych przez podserwis. Warto zaznaczyć, że dbałość o jakość informacji i obsługi nawet najmniejszych wpłat wydaje się jeszcze bardziej podkreślać dbałość biblioteki o każdy grosz pozyskany od darczyńców.

INFORMACJA O BIBLIOTECE I DOSTĘP DO ZASOBÓW

W tym obszarze najczęściej mamy do czynienia z prezentacją ważnych wydarzeń z życia biblioteki oraz informacjami na temat nowości i nadchodzących wydarzeń (wystawy, wykłady, nowe usługi itp.). Stosunkowo często oferowany jest też dostęp do zasobów i usług bibliotecznych profilowanych ze względu na potrzeby, zainteresowania i prawa członków stowarzyszenia. W trzech przypadkach jest to rozbudowany, bogaty i w pewnym stopniu niezależny od głównego serwisu WWW biblioteki serwis informacyjny (Princeton, Penn, Cornell). W jednym przypadku (Cornell) nawet dominuje on zdecydowanie nad innymi funkcjami podserwisu. W trzech innych przypadkach (Chicago, Michigan, Sheridan) ograniczono się do wyraźnie mniejszej postaci. Rzadziej zamieszczane są publikacje biblioteki np. firmowane przez nią czasopisma lub wiadomości ogłaszane drukiem (Penn, Princeton, w minimalnym zakresie Duke). Równie rzadko przedstawiana jest historia biblioteki (Dartmouth i w minimalnym zakresie Fondren) czy organizowany jest dostęp do zasobów Internetu mogących zainteresować członków (Chicago, Cornell). Wyjątkowo (Stanford) w ramach podserwisu zamieszczone zostały informacje na temat wolontariatu bibliotecznego.

Analiza zawartości podserwisów różnych stowarzyszeń przyjaciół oferowanych w ramach głównego serwisu WWW biblioteki pokazuje, że biblioteki akademickie w Stanach Zjednoczonych poważnie traktują kwestię budowania i utrzymania więzi z aktualnymi i potencjalnymi sponsorami i dostrzegają przydatność WWW do realizacji tego celu. Wydaje się jednocześnie, że nie potrafią jeszcze w pełni

wykorzystać możliwości tkwiących w środowisku WWW. Mimo że aż 9 z podserwisów można określić jako duże, to praktycznie w każdym z osobna jakiś obszar jest zaniedbany. Rażą i z pewnością nie sprzyjają budowie pozytywnego wizerunku zdarzające się w niektórych podserwisach nieaktualne ogłoszenia, wyeksponowane sprawozdania ze starych imprez czy biuletyny sprzed 5 lat. Nie zawsze też badane podserwisy można łatwo odszukać w serwisie WWW biblioteki. Szczególnie wiele do życzenia pozostawia organizacja komunikacji dwukierunkowej. Poza wspomnianymi wyżej kilkoma rzadkimi próbami zachęcenia lub umożliwienia przesyłania komentarzy członkowie i potencjalni członkowie stowarzyszeń nie mają w ramach podserwisów możliwości komunikowania swoich odczuć i przemyśleń na temat biblioteki. Całkowicie brakuje też usług pozwalających członkom na komunikację między sobą (list dyskusyjnych, grup dyskusyjnych czy choćby adresów elektronicznych). Trzeba jednak pamiętać, że powyższa analiza dotyczy wyłącznie określonych na wstępie podserwisów. W wielu przypadkach braki kompensowane są informacjami i usługami oferowanymi w innych miejscach serwisu głównego danej biblioteki. Mimo wielu braków i niedoskonałości, trzeba przyznać, że przynajmniej niektóre z badanych podserwisów mogą stanowić swego rodzaju wzór dla polskich bibliotek, które, jak dotąd, w zasadzie nie wykazują większego zainteresowania możliwościami tkwiącymi w tym względzie w środowisku WWW.

Tab. 1 Wykaz skrótów i adresy badanych podserwisów PR w bibliotekach akademickich USA (odczyt 18.11.2003)

Lp.	Skrót	Nazwa biblioteki	Adres
1	Brown	Brown University Library	http://www.brown.edu/Facilities/University_Library/friends/index.html
2	Chicago	The University of Chicago Library	http://www.lib.uchicago.edu/e/libsoc/
3	Cornell	Cornell University Library	http://alumni.library.cornell.edu/index.cfm
4	Dartmouth	Dartmouth College Library	http://www.dartmouth.edu/~library/friends/
5	Duke	Duke University Libraries	http://www.lib.duke.edu/friends/
6	Emory	Emory University Libraries	http://web.library.emory.edu/services/dev/friends.html
7	Fondren	Fondren Library – Rice University	http://www.rice.edu/fondren/friends/
8	Georgetown	Georgetown University Library	http://www.library.georgetown.edu/associates/
9	Michigan	University of Michigan Library	http://www.lib.umich.edu/friends/
10	Northwestern	Northwestern University Library	http://www.library.northwestern.edu/giving/gift/deeringsociety.html
11	Penn	Penn Library	http://the-friends.library.upenn.edu/portal/
12	Princeton	Princeton University Library	http://www.princeton.edu/~rbsc/friends/
13	Sheridan	The Sheridan Libraries of the Johns Hopkins University	http://www.library.jhu.edu/development/about/friends/index.html
14	Stanford	Stanford University Libraries	http://garamond.stanford.edu/depts/asul/