

**Danuta Rebech, Marta
Wójtowicz-Kowalska**

Formy promocji w Bibliotece Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

Fides: Biuletyn Bibliotek Kościelnych 2 (37), 25-44

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

DANUTA REBECH
MARTA WÓJTOWICZ-KOWALSKA¹

FORMY PROMOCJI W BIBLIOTECIE UNIwersytetu PAPIESKIEGO JANA PAWŁA II W KRAKOWIE

Biblioteki różnego typu coraz częściej i chętniej wykorzystują w swojej pracy elementy marketingu, promocji i public relations, które są nastawione na szeroko rozumiany proces komunikowania się z otoczeniem. Biblioteka jako organizacja non profit (nieochodowa) z powodzeniem może także stosować w swojej praktyce rozwiązania, które do tej pory były wyłącznie domeną firm wykazujących stały i wymierny zysk finansowy. „Nastąpił (...) przełom w myśleniu wnoszący, iż działalność organizacji nieochodowej, w tym działalność biblioteczna, również ma swoje miejsce w sferze zjawisk ekonomicznych i świecie nauk organizacji i zarządzania. Zauważono, że biblioteki, chcąc stanowić centra kształtujące kulturę społeczną i wspierające rozwój cywilizacyjny, muszą elastycznie reagować na przemiany zachodzące na rynku”². W przypadku takiej instytucji jak biblioteka wymiernym efektem prawidłowego zastosowania różnych form i technik promocyjnych może być zwiększenie liczby użytkowników, poszerzenie zakresu oferowanych

¹ Biblioteka Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.

² A. Aniszewska, *Word-of-mouth w działalności marketingowej bibliotek*, „Zarządzanie Biblioteką” 1 (2009), s. 31.

usług bibliotecznych czy nadanie nowej jakości rozwiązaniom już stosowanym. Zobowiązuje to również biblioteki do permanentnej analizy efektywności podejmowanych działań.

Według *Podręcznego słownika bibliotekarza* promocja to zespół działań i środków, za pomocą których biblioteka przekazuje otoczeniu informacje charakteryzujące jej usługi, kształtuje potrzeby swych klientów, podnosi stopień znajomości oferowanych przez siebie książek i innych dokumentów oraz pobudza i ukierunkowuje popyt³.

Zmieniające się społeczeństwo, ciągły rozwój technologiczny, a tym samym rosnące potrzeby potencjalnych użytkowników powodują, iż występuje pomiędzy bibliotekami pewnego rodzaju konkurencja. „Większość z nich funkcjonowała bowiem do tej pory jako monopoliści w swoim środowisku czytelniczym”⁴. W dzisiejszych czasach nie wystarczy samo poinformowanie czytelnika o tym, że biblioteka jest np. w posiadaniu specjalistycznego księgozbioru. Należy potraktować użytkownika jako konsumenta i podjąć działania nastawione na zaspokojenie jego potrzeb. Głównym celem biblioteki powinno być stworzenie swojego niepowtarzalnego wizerunku, aby użytkownik miał przekonanie, że dana biblioteka jest tą, która w pełni zaspokoi nie tylko jego rosnące wymagania czytelnicze, ale również ogólnie pojęte potrzeby informacyjne, wynikające z istnienia społeczeństwa informacyjnego (społeczeństwa poinformowanego).

W działalności Biblioteki Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie⁵, także tej promocyjnej, przełomową datą był rok 2010, kiedy to w listopadzie wznowiła ona swoją działalność w nowym budynku. Do roku 2010 biblioteka zajmowała pomieszczenia w gmachu Wyższego Seminarium Duchownego Archidiecezji Krakowskiej i jej działalność promocyjna była prowadzona w ograniczonym zakresie. Nie odczuwano takiej potrzeby, ponieważ była ona zlokalizowana blisko głównych budynków uczelni,

³ *Promocja*, w: *Podręczny słownik bibliotekarza*, oprac. G. Czapnik [et al.], Warszawa 2011, s. 276.

⁴ P. Marcinkowski, *Czy bibliotekarze będą potrafili się sprzedać w społeczeństwie informacyjnym?*, w: *Marketing biblioteczny. Rozważania, dyskusje, konteksty*, pod red. M. Wojciechowskiej, Gdańsk 2007, s. 59.

⁵ Dalej zwaną Biblioteką UPJPiI.

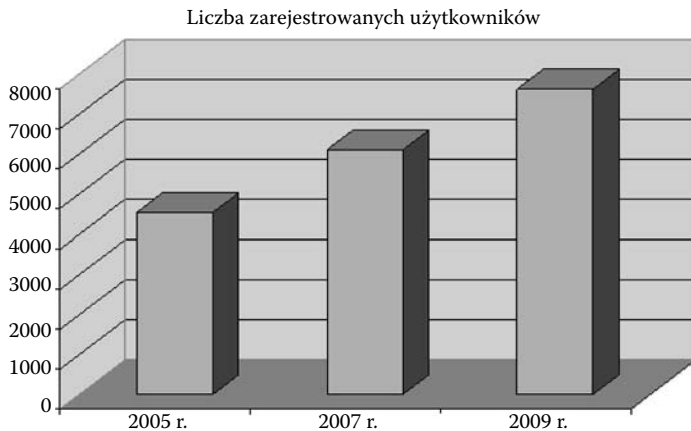
a zdecydowanie większą część jej użytkowników stanowili klerycy seminarium, w którym się mieściła. Od dawna biblioteka borykała się z trudną sytuacją lokalową i rozproszeniem swoich zbiorów w kilku budynkach. Brakowało miejsca na powiększający się każdego roku księgozbiór. W Bibliotece Głównej UPJPII⁶, mieszczącej się w budynku seminaryjnym, z powodu braku miejsca czytelnia była połączona z wypożyczalnią i katalogami, co nie zapewniało dobrych warunków pracy w czytelni użytkownikom odwiedzającym bibliotekę. Zbiory biblioteki znajdowały się głównie w magazynie i można było z nich skorzystać lub je wypożyczyć po wcześniejszym wypełnieniu rewersu. Tylko w czytelni mogli oni korzystać samodzielnie z niewielkiej ilości książek z księgozbioru podręcznego ułożonego tematycznie. Dostęp do biblioteki mieli tylko studenci i pracownicy naukowci. Budynek, w którym mieściła się Biblioteka UPJPII, nie był przystosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych. Pomimo braku szeroko prowadzonej działalności promocyjnej często zdarzało się, że nie było wolnego miejsca w bibliotece, aby skorzystać z Internetu lub z czytelni. W wyniku sprawnej i fachowej obsługi personelu pracującego z czytelnikami ich liczba rosła z roku na rok, co obrazuje wykres 1.

Podjęmowano pewne formy działalności promocyjnej, ale głównie były one nastawione na informowanie o budowie nowego gmachu bibliotecznego i połączone często z prośbą o finansowe wsparcie tego przedsięwzięcia. Chodzi tu głównie o wydane foldery o bibliotece, jej zbiorach, oferowanych usługach oraz z informacjami o budowie nowego budynku i numerem konta, na które można było wpłacać kwoty pieniężne.

Biblioteka posiadała też od roku 1997 swoją podstronę internetową w ramach strony WWW Papieskiej Akademii Teologicznej. Zawierała ona standardowe dane (informacje o bibliotece, jej historii i strukturze, godzinach otwarcia, zbiorach, a także dostęp do katalogu z instrukcją obsługi i dostęp do baz danych).

⁶ Wtedy była to Biblioteka Papieskiej Akademii Teologicznej. W uroczystość Najświętszego Serca Pana Jezusa papież Benedykt XVI, pragnąc uhonorować pamięć swego umiłowanego poprzednika, sługi Bożego Jana Pawła II, wydał dekret podnoszący PAT do godności Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II.

Wykres 1. Liczba zarejestrowanych czytelników w Bibliotece UPJPII w ostatnich latach przed przeprowadzką do nowego budynku w 2010 roku.



Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań GUS dotyczących bibliotek: 2005 rok – 4 531 czytelników; 2007 rok – 6 100 czytelników; 2009 rok – 7 620 czytelników.

Namiastką działalności wystawienniczej była jedna gablotka poświęcona nowościom znajdująca się w korytarzu przed wejściem do biblioteki, którą udostępniło bibliotece seminarium. W późniejszym czasie biblioteka nie dysponowała już nawet tą gablotką i nie prowadziła działalności informacyjnej o nowościach.

Jeszcze w trakcie trwania prac wykończeniowych przy budowie nowego gmachu Biblioteki UPJPII wykorzystano do przekazania informacji o tym fakcie internetowy serwis YouTube, który umożliwia użytkownikom publikowanie w Internecie klipów wideo, a także własnych minifilmików. Zamieszczono tam ponadczterominutową prezentację planów nowego budynku bibliotecznego z wymienieniem pomieszczeń, jakie miały się w nim znajdować na poszczególnych piętrach, oraz wybrane fotografie ze stanu budowy biblioteki w roku 2006. Przy tej okazji dołączono także kilka zdjęć z wizyty Ojca Świętego w 2002 roku przed nowo wybudowanym budynkiem, jeszcze wtedy Biblioteki PAT, ponieważ było to ważne wydarzenie nie tylko dla samej biblioteki, ale i dla całej uczelni.

Należy przy tym zaznaczyć, że wielu teoretyków public relations podkreśla, iż w dzisiejszych czasach „YouTube stał się także narzędziem promocji i kreowania wizerunku. Niewiele jest miejsc

w sieci, które dają takie możliwości pokazania się całemu światu jak YouTube”⁷. Serwis ten coraz częściej jest wykorzystywany przez biblioteki do przekazania tą drogą różnych informacji swoim potencjalnym użytkownikom, np. do instruowania, w jaki sposób można zapisać się do biblioteki, do informowania, na jakich zasadach można korzystać ze zbiorów, lub do przekazywania danych o oferowanych przez bibliotekę usługach itp. Zamieszczane są tu także różnego rodzaju relacje lub materiały z konferencji dotyczących bibliotek i samych bibliotekarzy. Obecnie w YouTube jest bardzo dużo tego rodzaju filmów związanych z bibliotekami. Serwis ten daje wiele możliwości kierowania informacji do szerokiej rzeszy odbiorców i dlatego zakłada się w niedalekiej przyszłości efektywniejsze wykorzystanie tego narzędzia do informowania o Bibliotece UPJPII i jej przedsięwzięciach.

Jak już wspomniano, rok 2010 był dla Biblioteki UPJPII datą przełomową, gdyż wtedy przeprowadziła się ona do nowej siedziby i od tego momentu jej sytuacja uległa diametralnej zmianie. Po pierwsze, całkowicie został zmieniony układ księgozbioru. Obecnie większość zbiorów jest rozmieszczona w wolnym dostępie na dwóch piętrach (I piętro – wydawnictwa zwarte, II piętro – czasopisma i inne wydawnictwa ciągłe oraz kolekcje). Zostały one ułożone według wcześniej opracowanej klasyfikacji dziedzinowej. Po drugie, podjęto decyzję o otworzeniu się na środowisko lokalne i udostępnianiu szerszemu gronu użytkowników zbiorów biblioteki: nie tylko studentom i pracownikom naukowym, lecz także osobom zameldowanym na stałe w Krakowie.

Po uporaniu się z problemami związanymi z przeprowadzką, a przede wszystkim z rozpakowaniem i ułożeniem na nowo zbiorów, w znacznej części w wolnym dostępie, należało pomyśleć o promocji biblioteki, gdyż zmieniła ona swoją lokalizację – nie mieści się już w centrum miasta i blisko uczelni. Pewną część dawnych jej użytkowników taka lokalizacja zniechęciła do korzystania z biblioteki. Dodatkowym utrudnieniem był nie najlepszy dojazd do nowej siedziby. Ten problem zniknął od listopada 2012 roku, kiedy to urucho-

⁷ M. Zawadzka, *YouTube – rewolucja w Internecie*, „Biuletyn EBIB” 4 (2007), s. 2, <http://www.nowyebib.info/2007/85/a.php?zawadzka>, 24.03.2013.

miono nowe linie tramwajowe, pozostawiając jedną autobusową, z przystankami niedaleko Biblioteki UPJPiI.

Kiedy biblioteka jako produkt była już dostępna, niezbędne okazało się podjęcie komunikacji z rynkiem, a więc przekazanie czytelnikom informacji o jej nowej lokalizacji i sposobach korzystania z oferowanych przez nią usług. Zwłaszcza że w początkowym okresie po przeprowadzce do nowego budynku liczba użytkowników korzystających z biblioteki zmniejszyła się i w związku z tym należało podjąć na nowo różnorodne przedsięwzięcia popularyzujące tę placówkę. Chodziło przede wszystkim o ponowne przyciągnięcie dawnych czytelników, którzy z różnych powodów przestali przychodzić do biblioteki, ale także o pozyskanie nowych.

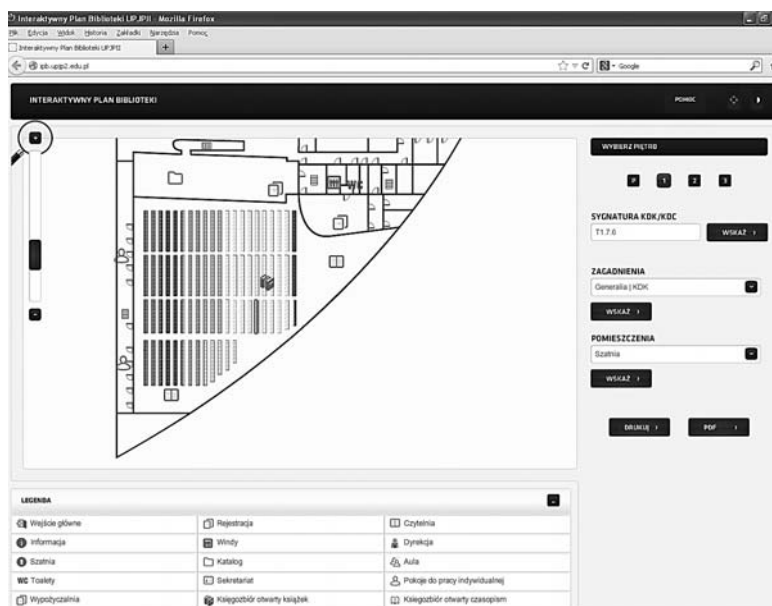
Zmniejszenie się liczby czytelników w początkowym okresie działalności w nowym budynku było spowodowane znaczną odległością biblioteki od uczelni oraz utrudnieniami komunikacyjnymi (jadąc do biblioteki, trzeba było się przesiadać, gdyż trwała budowa linii tramwajowej i przebudowa linii autobusowej). Wiele osób powtarzało utarty frazes, że „biblioteka jest na końcu świata”, nawet jeśli same jeszcze w niej nie były.

Wzmoczone działania promocyjne rozpoczęto od modyfikacji podstrony WWW jako najbardziej aktualnego źródła informacji o bibliotece. Zdawano sobie sprawę, że dobrze zaprojektowana strona internetowa to w rozwijającym się społeczeństwie informacyjnym swego rodzaju wizytówka w sieci o nieograniczonym oddziaływaniu. Daje ona możliwość dotarcia do tysięcy potencjalnych użytkowników biblioteki jednocześnie. Zmiany rozpoczęto od modyfikowania informacji już istniejących, stopniowo też zaczęto zamieszczać nowe w miarę podejmowania przez bibliotekę kolejnych inicjatyw. Przede wszystkim zamieszczono informacje o nowej lokalizacji oraz o możliwościach dotarcia do biblioteki. Podkreślono zmiany, jakie zaszły w niej od momentu przeniesienia się do nowej siedziby. Duży nacisk położono na elementy nowe, do tej pory w bibliotece nieosiągalne, oraz te, które wyróżniają ją spośród wielu innych bibliotek w mieście. Chodzi tu m.in. o pokoje do pracy indywidualnej i grupowej, możliwość darmowego wykonania skanów za pomocą urządzeń wielofunkcyjnych i przenoszenia ich na pamięć USB własną lub biblioteczną oraz przysyłania ich na prywatną pocztę e-mail,

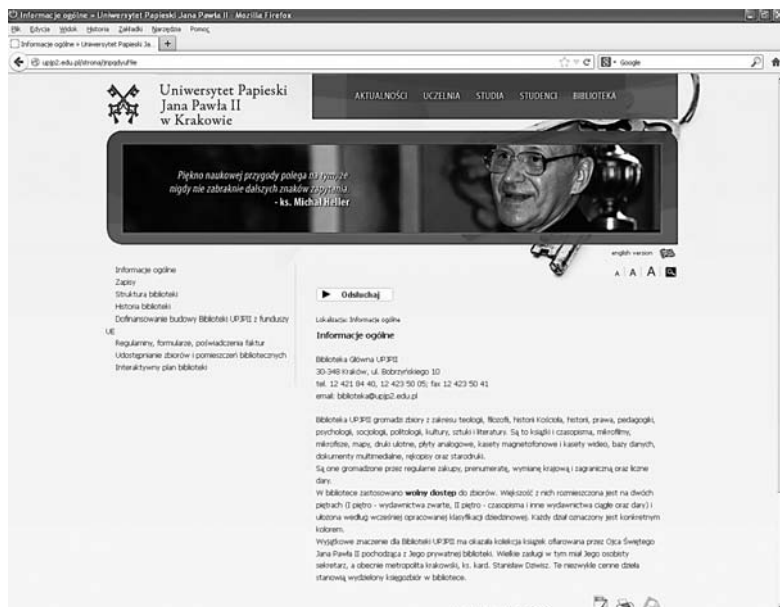
urządzenia ułatwiające korzystanie z biblioteki osobom o dysfunkcji wzroku, pełne przygotowanie budynku dla potrzeb osób niepełnosprawnych (podjazdy, windy, stoliki, toalety itp.).

W celu ułatwienia potencjalnemu czytelnikowi swobodnego poruszania się po nowym budynku Biblioteki UPJPII oraz dotarcia do interesujących go zbiorów ułożonych w wolnym dostępie stworzono aplikację Interaktywny Plan Biblioteki, która jest dostępna pod adresem: <http://www.ipb.upjp2.edu.pl/> (Fot. 1). Można z niej skorzystać także na podstronie internetowej biblioteki. Daje ona możliwość zorientowania się, w jakim rejonie wolnego dostępu znajduje się poszukiwana publikacja z danego działu. Wyszukiwanie można prowadzić według sygnatury lub według nazwy działu Klasyfikacji Dziedzinowej Książek lub Klasyfikacji Dziedzinowej Czasopism. Za pomocą tej aplikacji można się także zorientować, w jakim rejonie biblioteki i na którym piętrze znajduje się pomieszczenie, do którego chcemy się udać.

Nowością jest pojawienie się na stronie domowej uczelni, w tym także na podstronie Biblioteki UPJPII aplikacji, która umożliwia od-



Fot. 1. Zrzut ekranu: aplikacja „Interaktywny Plan Biblioteki”.



Fot. 2. Zrzut ekranu: przykład jednej z podstron biblioteki UPJPII z aplikacją, która umożliwia odczytywanie stron internetowych poprzez wbudowany syntetyczny głos (syntezator mowy).



Fot. 3 i 4. Okładka filmu pt. „Biblioteka Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie”.

czytywanie stron internetowych poprzez wbudowany syntetyczny głos (syntezator mowy). Ułatwia to korzystanie ze stron internetowych osobom niedowidzącym (Fot. 2). Taka prezentacja oferty biblioteki w Internecie uwzględnia potrzeby i możliwości percepcyjne takich osób i tym samym ogranicza proces ich wykluczenia informacyjnego⁸. Przy modyfikowaniu podstrony WWW Biblioteki UPJPII dostrzeżono także konieczność przetłumaczenia jej w całości na język angielski, aby informacje o bibliotece mogły dotrzeć do szerszego grona jej potencjalnych użytkowników. Brak wersji anglojęzycznej jest mankamentem stron WWW wielu bibliotek⁹, ale przewiduje się rozwiązanie tego problemu w najbliższym czasie.

Innym przedsięwzięciem było przygotowanie filmu o Bibliotece UPJPII pt. *Biblioteka Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie*, który był elementem promocji projektu współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2007-2013 pt. *Budowa Biblioteki Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie – dokończenie* (Fot. 3 i 4). Zawarto w nim informacje o okresie działalności biblioteki, kiedy mieściła się w gmachu seminarium duchownego, ale przede wszystkim chodziło o przekazanie tą drogą informacji o etapach budowy nowego budynku bibliotecznego. Podkreślono informacje o dodatkowych możliwościach, jakie może zaoferować ona swoim potencjalnym użytkownikom. Film ten był rozdawany przy różnych okazjach, m.in. w czasie Dnia Otwartego w Bibliotece UPJPII oraz XVII Walnego Zgromadzenia Federacji Bibliotek Kościelnych FIDES.

Kolejną formą promocji, która mogła być realizowana dopiero w nowym budynku biblioteki, gdzie przewidziano hol wystawowy (Fot. 5), są wystawy biblioteczne przygotowywane przez pracowników biblioteki. Zazwyczaj prezentują one wybrane pod kątem tematu zbiory, które na co dzień są rozproszone w różnych miej-

⁸ M. Fedorowicz-Kruszewska, M. Jarocki, *Dostępność stron WWW polskich bibliotek uniwersyteckich dla osób z niepełnosprawnością wzroku – wyniki badań*, „Przegląd Biblioteczny” 4 (2010), s. 457.

⁹ E. Malesza, *Ogólna charakterystyka stron WWW polskich bibliotek*, „Biuletyn EBIB” 7 (1999), s. 3, <http://www.nowyebib.info/biuletyn-ebib/7/a.php?malesza>, 24.03.2013.



Fot. 5. Hol w Bibliotece UPJPII, gdzie przygotowywane są wystawy.

scach biblioteki. Z reguły zasięg ekspozycji jest ograniczony do kręgu rzeczywistych i najaktywniejszych użytkowników biblioteki, jednak za pomocą Internetu zasięg ten został znacznie poszerzony. Po otwarciu każdej wystawy na podstronie domowej Biblioteki UPJPII w zakładce WYSTAWY W BIBLIOTECE są zamieszczane zdjęcia z wystawy, jej plakat, a także tekst z książki pamiątkowej zawierający informacje o wystawie. Organizatorzy lub inni pracownicy biblioteki przygotowują artykuł na temat każdej ekspozycji, zamieszczany później w uczelnianym piśmie „Vita Academica”. W przypadku dwóch wystaw w uczelnianym „Radio Bonus” wyemitowano wywiady z organizatorkami tych ekspozycji. Przy tej okazji bardzo serdecznie zachęcano również do odwiedzenia biblioteki.

Przygotowywane wystawy to ważny środek upowszechniania informacji i promocji. Pozwalają one nie tylko zaprezentowanie zbiorów biblioteki szerszej publiczności, ale także włączanie się niejako w imprezy lub rocznice przygotowywane przez uniwersytet.

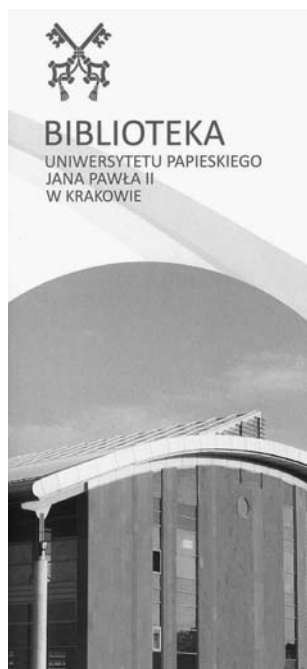
Ogłoszenie Jana Pawła II błogosławionym było okazją do przygotowania cyklu wystaw z bogatych zbiorów biblioteki związanych z osobą i życiem polskiego Papieża pt. *Jan Paweł II w zbiorach Biblioteki*

UPJPiI. Na pierwszej pokazano tylko wybrane zbiory audiowizualne poświęcone temu wielkiemu człowiekowi. Na drugiej można się było zapoznać ze zbiorami bibliotecznymi poświęconymi relacjom Jana Pawła II z dziećmi i z młodzieżą. Natomiast na trzeciej wystawie z tego cyklu zaprezentowano zbiory książkowe i audiowizualne związane z pielgrzymkami Jana Pawła II do Polski. Tymi wystawami biblioteka chciała włączyć się w cykl imprez przygotowywanych na uczelni z okazji beatyfikacji, ale także pokazać potencjalnemu użytkownikowi, jak bogate zbiory dotyczące Jana Pawła II posiada. Przygotowano także dwie wystawy rocznicowe: z okazji trzydziestolecia ustanowienia przez papieża Jana Pawła II Papieskiej Akademii Teologicznej (późniejszego Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie) oraz z okazji pierwszej rocznicy beatyfikacji Papieża Polaka.

Wystawa z okazji okrągłej rocznicy powołania do życia dzisiejszego Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II była szansą do pokazania szerszemu gronu nie tylko zbiorów związanych z historią uczelni, ale także kopii portretów jej rektorów, których na co dzień nie można zobaczyć, ponieważ znajdują się w sali senackiej Rektoratu UPJPiI, oraz kopii dokumentu powołującego do życia Papieską Akademię Teologiczną przez Jana Pawła II i dokumentu podnoszącego akademię do rangi uniwersytetu przez Benedykta XVI. Natomiast pierwsza rocznica beatyfikacji dała możliwość prezentacji materiałów, jakie udało się zebrać bibliotece przez rok od momentu ogłoszenia Jana Pawła II błogosławionym.

Jako element towarzyszący organizowanej w Bibliotece UPJPiI Konferencji Dyrektorów Bibliotek Akademickich Szkół Polskich przygotowano także wystawę o działalności biblioteki w latach 1989-2012, składającą się z dziesięciu posterów. Była to też pewna forma podziękowania dla będącego w tym czasie dyrektorem Biblioteki UPJPiI ks. dr. hab. Jana Bednarczyka i jego zastępcy, mgr. Władysława Szczęcha, którzy wnieśli ogromny wkład w jej rozwój. W planach są już kolejne wystawy.

W ramach promocji zastosowano również często wykorzystywaną formę bibliotecznej komunikacji marketingowej, jaką stanowią wszelkiego rodzaju publikacje informujące o jej produktach i usługach. Mowa oczywiście o folderach, ulotkach reklamowych,



zakładkach i plakatach (Fot. 6a, 6b, 7 i 8). To jedne z najskuteczniejszych nośników promujących daną instytucję. Znalazły się w nich informacje o nowej lokalizacji Biblioteki UPJPII, dojeździe do niej, a przede wszystkim o jej zbiorach i oferowanych usługach oraz godzinach otwarcia. Duży nacisk położono na udogodnienia do tej pory w bibliotece nieosiągalne oraz wyróżniające ją spośród wielu innych bibliotek w mieście (wolny dostęp do półek, układ działowy, nowoczesny budynek, pokoje do pracy indywidualnej i zbiorowej, przystosowanie dla osób niepełnosprawnych, urządzenia wielofunkcyjne do skanowania). Wszystko to ma na celu zachęcenie do korzystania z biblioteki. Powyższa forma promocji została bardzo rozwinięta w ostatnim



Fot. 6a i 6b. Pierwsza strona i zawartość folderu informacyjnego Biblioteki UPJPII z 2012 roku.

czasie w Bibliotece UPJPiI, zwłaszcza dotyczy to plakatów. Materiały te są przygotowywane przez jednego z pracowników i wydawane we współpracy z uczelnianym Biurem Promocji.

W celu dotarcia do jak największego grona potencjalnych odbiorców zamieszcza się informacje o bibliotece także w prasie, głównie w prasie uczelnianej „Vita Academica”, ale także w „Biuletynie Duszpasterskim” czy w „The Person and the Challenges”. I w tym przypadku podejmuje się starania mające na



Fot. 7. Jedna z zakładek do książki.



Fot. 8. Jeden z plakatów z serii „Nie wierz, że...”

celu zwrócenie uwagi na nowe możliwości Biblioteki UPJPiI, jakie dało jej przeniesienie się do nowego budynku. Informuje się tam nie tylko o nowej lokalizacji, o godzinach otwarcia, ale przede wszystkim o oferowanych w bibliotece usługach, zwłaszcza nowych. Już wcześniej, jeszcze podczas budowy biblioteki publikowano w prasie artykuły o samej budowie i o tym, że będzie to nowoczesny warsztat pracy spełniający wymogi współczesnych czasów¹⁰.

W nowym budynku Biblioteki UPJPiI realizuje się także wariant bezpośredniej promocji usług bibliotecznych, jakim są formy wprowadzające nowych użytkowników do biblioteki oraz indywidualne formy pomocy użytkownikom w korzystaniu z niej. Wprowadzenie to, mające na celu praktyczną prezentację sposobów korzystania z biblioteki, jej agend, zbiorów oraz urządzeń, następuje podczas organizowanych w bibliotece lekcji bibliotecznych dla studentów pierwszego roku. Do tej formy promocji należy także organizowanie w bibliotece indywidualnego lub zbiorowego z wiedzania budynku Biblioteki UPJPiI.

Z tej racji, że jest to jeden z najnowocześniejszych budynków bibliotecznych w Polsce, budzi on wielkie zainteresowanie odwiedzających. Stanowi on doskonały warsztat dydaktyczny dla wykładowców i studentów, w tym także dla studentów informacji naukowej i bibliotekoznawstwa. Dla pracowników innych bibliotek akademickich stanowi wzór nowoczesnych rozwiązań architektonicznych, a tym samym organizacji przestrzeni bibliotecznej według najnowszych trendów. Podczas zwiedzania oprowadzający pracownik biblioteki stara się odpowiedzieć na stawiane pytania, począwszy od informacji związanych z budową i wyposażeniem, po informacje o codziennej pracy biblioteki.

Niezawodną i niewymagającą żadnych nakładów finansowych formą promocji, która sprawdza się także i w nowym budynku Biblioteki UPJPiI, jest miła i kompetentna obsługa potencjalnego użytkownika, zarówno podczas wypożyczeń, jak i przy korzystaniu z księgozbioru w wolnym dostępie, a także przy obsłudze wielofunk-

¹⁰ Zob. m.in.: W. Szczęch, *Biblioteka Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie*, „Forum Bibliotek Medycznych” 28 (2011), s. 95-117; tenże, *Nowy budynek Biblioteki Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 1-2 (2008), s. 28-39.

cyjnych urządzeń do wykonywania samodzielnie skanów wybranych publikacji. Zdajemy sobie sprawę, że zadowolony użytkownik biblioteki przekaze pozytywną informację o niej dalej. „Word-of-mouth marketing (...) postrzegany jest jako najpotężniejsze narzędzie, polegające na wykorzystaniu opinii przekazywanych między dwoma lub większą liczbą konsumentów. Kluczem do sukcesu jest tu szczerość i naturalność przekazywanej informacji. (...) Ludzie nieustannie rozmawiają o produktach, usługach, markach od niepamiętnych czasów i będą to robić nadal. W WOMM nie chodzi o wyłonienie małej podgrupy niezwykle wpływowych i dobrze powiązanych osób. Nie chodzi tylko o ekspertów, pasjonatów czy znawców. W efekcie końcowym chodzi o wszystkich potencjalnych konsumentów”¹¹. Do tej formy przekazywania informacji o bibliotece można zaliczyć reklamowanie Biblioteki UPJPII i oferowanych przez nią usług wśród studentów, z którymi niektórzy jej pracownicy prowadzą zajęcia. Zawsze jest to połączone z serdecznym zaproszeniem do odwiedzenia biblioteki i korzystania z jej oferty. Przy tej okazji studenci mogą też uzyskać odpowiedzi na pytania dotyczące biblioteki.

W ramach swojej promocji Biblioteka UPJPII chętnie współpracuje nie tylko ze środowiskiem uczelnianym, ale także lokalnym i ogólnopolskim. Z jednej strony udostępnia swoje pomieszczenia do organizowania w niej różnego rodzaju imprez, jak np. pierwszej rocznicy ogłoszenia przez papieża Benedykta XVI dekretu podnoszącego Papieską Akademię Teologiczną do rangi Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II, opłatek dla osób niepełnosprawnych, XVII Walne Zgromadzenie Bibliotek zrzeszonych w Federacji FIDES lub spotkanie przedświąteczne z okazji Świąt Wielkanocnych dla pracowników Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II. Z drugiej strony Biblioteka UPJPII chętnie sama włącza się do organizowania różnego rodzaju przedsięwzięć. Warto tu wspomnieć o przygotowaniu w bibliotece Dnia Otwartego Biblioteki Uniwersytetu Papieskiego w ramach obchodu Małopolskiego Dnia Ucznia się przez Całe Życie, podczas którego zapoznano gości z funkcjonowaniem biblioteki uczelnianej w nowo oddanym do użytku budynku wyposażonym w nowoczesny sprzęt. Przedstawiono bibliotekę jako

¹¹ A. Aniszewska, *Word-of-mouth w działalności marketingowej bibliotek*, art. cyt., s. 33.



Fot. 9 i 10. Oprowadzanie gości po Bibliotece UPJPII przez ówczesną Dyрекcję, dyrektora ks. Jana Bednarczyka i jego zastępcę Władysława Szczęcha, podczas Dnia Otwartego Biblioteki Uniwersytetu Papieskiego (8 czerwca 2011 roku).

podstawowy warsztat uczenia się, kształcenia i prowadzenia badań naukowych, w którym zgodnie ze swoimi zainteresowaniami znajdują potrzebne informacje naukowcy, studenci, młodzież oraz mieszkańcy miasta (Fot. 9 i 10).

Biblioteka była także współorganizatorem dwudniowej Konferencji Dyrektorów Bibliotek Akademickich Szkół Polskich. Dla jej uczestników przygotowano materiały o samej konferencji, jak również o Bibliotece UPJPII. Zapewniono także możliwość zwiedzania nowego gmachu biblioteki, z której zaproszeni goście chętnie skorzystali.

Biblioteka włączyła się również w ogólnopolskie obchody 100-lecia urodzin Jerzego Turowicza we współpracy z Fundacją Jerzego Turowicza. Udostępniła hol wystawowy i gabloty w celu zorganizowania wystawy książek z dedykacjami dla redaktora „Tygodnika Powszechnego” oraz opracowała jego księgozbiór przekazany bibliotece przez córki (Fot. 11). Krótka relacja z uroczystego przekazania tego księgozbioru Bibliotece UPJPII znalazła się w Kronice Krakowskiej. Pojawiły się także o tym wydarzeniu informacje w prasie i w Internecie.

Kiedy na uczelni podjęto decyzję o otwarciu Uniwersytetu Trzeciego Wieku, Biblioteka UPJPII również włączyła się w tę inicjatywę. Udostępniła swoje pomieszczenia do przeprowadzania zajęć, a jedna z pracownic zajęła się prowadzeniem jego sekretariatu.



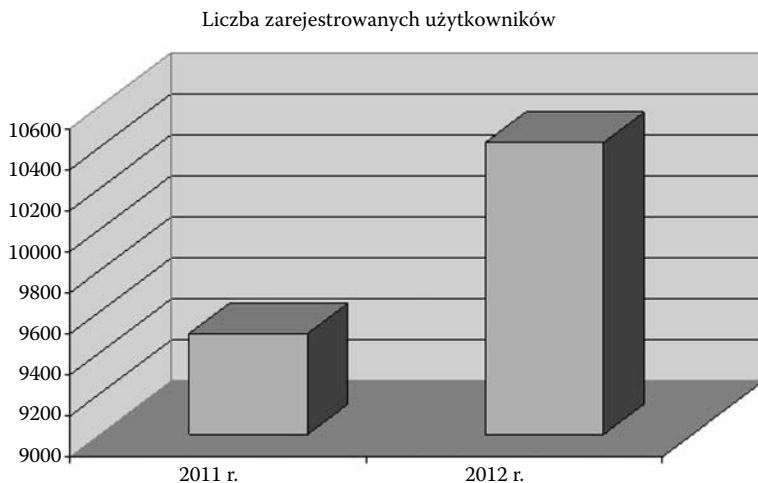
Fot. 11. Uroczyste przekazanie Bibliotece UPJPII księgozbioru Jerzego Turowicza przez jego córki.

Uczestnicy przedsięwzięć, w których bierze udział Biblioteka UPJPII, przekazują informacje o niej w swoich środowiskach („marketing szeptany”), a wielu spośród nich powraca jako czytelnicy, gdyż nowoczesny budynek i atrakcyjna forma dostępu do zbiorów jest ofertą silnie przyciągającą.

Podjęmowane do tej pory wysiłki nie wyczerpują marketingowych możliwości promowania. Poszukuje się nowych i atrakcyjnych rozwiązań popularyzujących działalność Biblioteki UPJPII. Planuje się częściej wykorzystać aulę do różnego rodzaju spotkań. Niedawno zorganizowano na przykład spotkanie z reżyserem filmu o ks. Józefie Tischnerze, połączone z pokazem filmu i spotkaniem ze studentami oraz wystawą zdjęć z planu filmowego. Ponadto należy zacieśnić współpracę wykładowców i studentów z biblioteką, aby intensywniej wykorzystywali na swoich zajęciach zbiory biblioteczne, także audiowizualne i multimedialne, oraz dostępny w niej sprzęt. Dąży się do tego, aby przy okazji wystaw w holu biblioteki organizować również imprezy towarzyszące (spotkania, pokazy filmów, dyskusje z ciekawymi ludźmi). Zapołącztkowano także akcję informowania drogą mailową mieszkańców parafii archidiecezji krakowskiej o Bibliotece UPJPII, będącej największą biblioteką kościelną archidiecezji. Wysłano pierwsze listy do proboszczów z prośbą o przeczytanie podczas ogłoszeń parafialnych dołączonej zwięzłej informacji o Bibliotece UPJPII i oferowanych przez nią usługach oraz z gorącym zaproszeniem do odwiedzin.

Działania promocyjne prowadzone do tej pory w Bibliotece UPJPII (właściwie w ciągu ponad dwóch lat działalności w nowym budynku) okazjonalnie lub cyklicznie wymagają usystematyzowania, aby zbudować strategię oddziaływania na użytkowników. Dotychczas organizowaniem działań promocyjnych zajmowały się osoby pracujące w różnych działach i była to ich dodatkowa praca. Działalność ta odbywała się spontanicznie. Wydaje się konieczne, aby w dużej bibliotece, posiadającej własny budynek, powołać zespół ludzi, których działalność promocyjna będzie głównym, a nie dodatkowym zajęciem, ponieważ wszelkie działania promocyjne należy jednak prowadzić nieustannie, odpowiednio modyfikując i wykorzystując zdobyte już doświadczenia. Aby biblioteka mogła

Wykres 2. Liczba zarejestrowanych użytkowników Biblioteki UPJPII od momentu jej otwarcia 1 stycznia 2011 roku dla czytelników w nowym budynku bibliotecznym



Dane na podstawie statystyk systemu VTLS/Virtua: 2011 rok – 9 491 czytelników; 2012 rok – 10 421 czytelników

zaistnieć w swym środowisku jako instytucja usługowa, potrzebna jest jej rekomendacja i działalność promocyjna polegająca na powiadamianiu aktualnych i potencjalnych użytkowników biblioteki o jej lokalizacji i zasobach, a także o oferowanych usługach. Ponadto powinna ona przeciwdziałać wszelkim zjawiskom i sytuacjom, które utrudniają czytelnikom korzystanie z oferowanych usług, zniechęcają ich lub choćby sprawiają niekorzystne wrażenie (jak np. walka z frazesem, że „biblioteka jest na końcu świata”, ograniczenie poczucia zagubienia w korzystaniu z biblioteki przez nowych użytkowników poprzez uprzejmą i fachową pomoc, kształtowanie przekonania, że czytelnik zawsze może o wszystko zapytać i nie zostanie bez odpowiedzi).

Na zakończenie należy podkreślić, że przeniesienie Biblioteki UPJPII do własnego przestronnego i nowoczesnego gmachu umożliwiło podjęcie działań zmierzających do podnoszenia jakości usług. W dużym stopniu nową jakość zapewnił już sam budynek. Nowoczesne wyposażenie wnętrza, komfortowe warunki pracy dla użytkowników, ale i dla bibliotekarzy znacznie poprawiły

relację bibliotekarz – użytkownik. Dobre warunki korzystania ze zbiorów w wolnym dostępie i oferowane przez bibliotekę usługi oraz podejmowane działania promocyjne sprawiły, że czytelnicy coraz chętniej przychodzą do Biblioteki UPJPII. Ich liczba z każdym rokiem wzrasta, o czym świadczy wykres 2.

Innym przykładem pozytywnej reakcji użytkowników Biblioteki UPJPII na podejmowane do tej pory działania promocyjne jest słowne wyrażanie zadowolenia z pobytu w bibliotece oraz przytoczone poniżej wybrane wpisy z książki pamiątkowej, która jest wyłożona na stoliku w holu wystawowym: „W dniu dzisiejszym (17 stycznia 2013 roku) spędziłyśmy tu cały dzień na szukaniu, przeglądaniu, czytaniu i skanowaniu... cały dzień! I jeszcze tu wrócimy! Doktorantki z KUL-u (...) Dziękujemy!” i „Dobrze wyposażona biblioteka, miła obsługa. Dziękujemy i pozdrawiamy. Studentki I roku, Sylwia i Bożena (25 stycznia 2013 roku)”.

Uczestnictwo Biblioteki UPJPII w inicjatywach uczelnianych, lokalnych i ogólnopolskich przyczynia się do zauważenia samej biblioteki i jest okazją do pozyskania nowych czytelników. Podejmowane działania wewnątrz biblioteki mają na celu stworzenie jak najlepszych warunków do pracy użytkowników.

Można przypuszczać, że zastosowanie dotychczasowych i podejmowanie nowych działań promocyjnych utrzyma korzystny wizerunek Biblioteki UPJPII, a tym samym zwiększy jej rolę w środowisku. Dobre rozpropagowanie jej działalności będzie sprzyjać wzrostowi czytelnictwa, co z kolei może się wiązać z łatwiejszym pozyskaniem funduszy od sponsorów.

Na przykładzie Biblioteki UPJPII widać, że samo posiadanie nowoczesnego budynku i dobrego wyposażenia nie wystarczy, aby przychodzili do niej czytelnicy. Należy podejmować starania o jej promowanie w środowisku, w którym działa, aby przyciągnąć do siebie nowych czytelników, a poprzez swoją działalność udowodnić kadrze zarządzającej, że biblioteka jest niezbędna do funkcjonowania uczelni i pomocna w działalności naukowej jej pracowników, a zatem warta nakładów finansowych.