

Joanna Chwałek

Psychologia w bibliotece, Chorzów, 4 kwietnia 2008

Bibliotheca Nostra : śląski kwartalnik naukowy 2/2, 31-34

2008

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.

SPRAWOZDANIA

Joanna Chwałek

Psychologia w bibliotece Chorzów, 4 kwietnia 2008

Po raz kolejny spotkaliśmy się na interesującej, szczególnie dla mnie jako bibliotekarza o wykształceniu psychologicznym, konferencji *Psychologia w bibliotece*, zorganizowanej przez Sekcję Bibliotek Szkół Wyższych Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich przy Zarządzie Okręgu w Katowicach. Spotkanie w ramach XIV Forum Sekcji odbyło się w Bibliotece Wyższej Szkoły Bankowej w Chorzowie. Była to już trzecia konferencja poświęcona tej tematyce. Spotkania te cieszą się już dużą popularnością i ściągają zainteresowanych z całej Polski.

Pierwsze wystąpienie - mgr Radosława Milera dotyczyło komunikacji i autoprezentacji. Być może jest on specjalistą i stosował się do zasad, które przedstawiał, ale niestety – jego autoprezentacja nie przystawała do standardów bibliotecznych, a o specyfice tej instytucji w jego wystąpieniu nie było mowy. Prelegent dobrze zaprezentował swój warsztat dziennikarski, dbając o komunikatywność przekazu, jednakże w jego poradach zabrakło odniesień do pracy zawodowej bibliotekarzy oraz konkretnych przykładów z życia biblioteki. Z pewnością słuchaczom wykładu tego właśnie brakowało najbardziej, aby móc sprawnie przełożyć teorię na praktykę. Pomimo tych niedociągnięć należy podkreślić rolę poznawczą referatu - pozwolił on zapoznać się z paroma ciekawymi zasadami rządzącymi ludzką komunikacją oraz metodami ją ułatwiającymi. Autor zaprezentował na przykład „zgrabny” i zwięzły dekalog komunikacji:

1. „Porozumiewanie się między ludźmi jest niemożliwe.
2. Ludzie działają w oparciu o swoją unikatową mapę świata a nie o świat „rzeczywisty”.
3. Każdy człowiek ma unikatowe preferencje dotyczące sposobów, jakimi kontaktuje się ze swoją mapą.
4. Porozumiewanie się przebiega jednocześnie na poziomie świadomym i podświadomym.

5. Nie można się nie komunikować.
6. Dobre komunikowanie się to spotkanie drugiego człowieka „na jego mapie”.
7. Lubimy tych, którzy są do nas podobni.
8. Najbardziej elastyczni w myśleniu i działaniu najłatwiej osiągają swoje cele.
9. Jeśli coś nie działa spróbuj czegoś innego.
10. Te założenia nie są „prawdziwe”, ale użyteczne¹.

Komunikacja była również tematem następnego wystąpienia. Tym razem jednak omówiona została komunikacja pozawerbalna. Dr Bożena Jaskowska z Biblioteki Uniwersytetu Rzeszowskiego przedstawiła psychologiczne znaczenie naszych gestów i zachowań – tak zwaną mowę ciała. Wystąpienie było bardzo zajmujące i bogate, poparte licznymi przykładami prezentowanymi przez autorkę referatu na żywo, „na własnym ciele”. Dokładnie omówiono charakterystyczne dla danej emocji wyrazy twarzy oraz zilustrowano je zdjęciami autorki, prezentującej odpowiednie grymasy. O poczuciu humoru oraz pewnym zaangażowaniu politycznym prelegentki świadczył dobór materiałów do pokazu. Znaczenie gestów oraz wskazówki jak sprawdzić wiarygodność tego, co mówi osoba, przedstawiła bowiem za pomocą analizy zdjęć znanych polityków.

Abstrahując od podawanych przez siebie przykładów w trakcie wygłaszania referatu autorka nie zastosowała się do omawianych zasad, do czego zresztą samokrytycznie się przyznała. Przewrotnie cel wystąpienia został osiągnięty, ponieważ prelegentka pokazała jak nie należy się zachowywać. W przeciwieństwie do pana Milera, który, jak zachować się wiedział, bo skrupulatnie wyuczył się tego na licznych warsztatach i szkoleniach, na które z pewnością uczęszczał.²

Mgr Renata Augustyn z Centrum Informacji Biznesowej i Europejskiej Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Krakowie przedstawiła swoje refleksje na temat stosunku wizerunku bibliotekarza do stereotypu bibliotekarza funkcjonującego w społeczeństwie. Wraz z postępem cywilizacji i rozwojem społeczeństwa informacyjnego zmieniają się potrzeby tego społeczeństwa i my – bibliotekarze musimy wyjść jego oczekiwaniom naprzeciw. Ponieważ informacja jest najlepszym towarem, stąd zmienia się rola i zawodu bibliotekarza w społeczeństwie. Powoli odchodzi w zapomnienie przestarzały stereotyp bibliotekarza jako osoby nudnej i introwertycznej. Tworzenie wizerunku jest również istotną częścią działania bibliotek, mającą ten proces przyspieszyć. Prelegentka przedstawiła przykłady kampanii wizerunkowych

¹ R. Miler, *Biblioteka istnieje dla czytelnika*. Referat wygłoszony na konferencji *Psychologia w bibliotece*. Chorzów, 4 kwietnia 2008 r.

² B. Jaskowska wygłosiła na konferencji referat pt. *Gesty zamiast słów. Mowa ciała dla bibliotekarzy*. Artykuł napisany na podstawie tego wystąpienia można przeczytać na s. 16.

w Polsce (reklama przedstawiająca hydraulika reklamującą Polskę we Francji, czy też kampania Krakowa jako miasta rozrywkowego). Obejrzałem również amerykański spot reklamowy z kampanii wizerunkowej bibliotekarzy. Wynika z niego, że bycie bibliotekarzem jest „cool”, a ma on zachęcić do podejmowania pracy w bibliotece. Prelegentka omówiła również artystyczny wizerunek biblioteki, w której jest miejsce dla gustownych mebli i wyposażenia, ciepłych przyjaznych kolorów, dzieł sztuki oraz elegancko wkomponowanej zieleni. Przyjaznym warunkom ma służyć odpowiednie zaaranżowanie „przestrzeni niebibliotecznej” dla czytelnika, która sprzyja atmosferze relaksu, odpoczynku i ukojenia.

Autorka w swym referacie przybliżyła nam proces kreowania wizerunku. Trzeba silnie pracować nad pierwszym wrażeniem – jeśli jest dobre – rzutuje na całą instytucję nawet pomimo niedociągnięć. Jeśli jest zły, trudno będzie go zatrzeć nawet, jeśli jesteśmy najlepszą pod względem merytorycznym biblioteką w regionie. Na drugim miejscu rozważa kompetencje osobowościowe współczesnego bibliotekarza oraz motywacje, które stoją u podstaw jego pracy i podtrzymują zainteresowanie nią. Następnym elementem jest tworzenie sprawnej organizacji pracy wokół biblioteki, czyli zadbanie o całą część biurowo - sprzętowo - administracyjną ułatwiającą kontakt z biblioteką. Bardzo ważnym, choć chyba niedocenianym przez bibliotekarzy w Polsce sposobem budowy wizerunku jest wykorzystanie do tego celu mediów.

Centrum Informacji Biznesowej i Europejskiej bierze sobie do serca kwestię wizerunku, o czym można się przekonać oglądając ich stronę internetową. Jest bardzo rozbudowana, bogata w fotografie, z których spoglądają uśmiechnięte i zachęcające do nawiązania rozmowy panie bibliotekarki. No właśnie – nie wyglądające na stereotypowe bibliotekarki. Decydentom biblioteki oraz twórcom strony www można zarzucić tylko pełny profesjonalizm. Jest bardziej estetyczna i czytelna niż portale wielu firm lub urzędów, które chciałyby wzbudzać podobne zaufanie. Można pogratulować CIBiE stworzenia nowoczesnego wizerunku, choć w nazwie ich instytucji nie ma słowa „biblioteka”³.

Dr Stefan Kubów zajął się problematyką osobowości bibliotekarzy, a dokładniej jej roli w doborze osób na konkretne stanowiska przez zarządzającego biblioteką. Po bardzo wyczerpującym omówieniu zagadnień teorii osobowości opisał jak poznawać osobowość danego pracownika, a następnie jak porównywać jego profil osobowościowy ze sporządzonym opisem stanowiska. Odpowiednie zaklasyfikowanie osoby oraz przydzielenie jej odpowiedniej funkcji w bibliotece przyczynia się do zwiększenia skuteczności pracy w zespole, zapewnia trafny wybór szkoleń dla poszczególnych pracowników, przez co zwiększa skuteczność tych szkoleń.

³ R. Augustyn wygłosiła referat pt. *Między wizerunkiem a stereotypem*.

Dzięki takiemu zarządzaniu pracownicy zespołu czują się też bezpieczniej a atmosfera w nim jest przyjazna. Po prostu każdy robi to, do czego „jest stworzony”, co eliminuje negatywne zachowania grupy, jak zazdrość i ostrą rywalizację⁴.

Ale czy dyrektorzy bibliotek zaczną stosować testy psychologiczne przy rekrutacji nowych pracowników? Wiele prywatnych firm już to robi. Moim skromnym zdaniem należałoby się jednak zastanowić czy nie jest to forma dyskryminacji ze względu na osobowość i czy rzeczywistość zawodowa nie pozwala lepiej sprawdzić się kandydatom. Z drugiej strony można dzięki takiemu systemowi stworzyć sprawnie działającą maszynę do gromadzenia, udostępniania i wyszukiwania informacji, w której każdy trybik jest idealnie dopasowany i współgra z innymi. Ale czy nie zabije to ducha spontaniczności i kreatywności, który sieje wartościowy ferment w organizacji, przyczyniając się do powstawania nowych rozwiązań, pomysłów i inicjatyw? Czasami warto na dane zagadnienie spojrzeć innym „okiem”. Cóż, rozwiązanie zależy jednak pewnie od specyfiki danej instytucji, jej misji i celów. Te sprawy zarządzający biblioteką powinien ustalić w pierwszym rzędzie.

Omawiana konferencja, czy też raczej cykl konferencji rozpoczęty rok temu, ma misję zaszczepienia zagadnień z kręgu psychologii na grunt biblioteki. Wypełnia dużą lukę w wiedzy na ten temat. Nie powstał na przykład podręcznik czy poradnik psychologiczny dla bibliotekarzy. Menedżerowie, sprzedawcy, reprezentanci firm mają swoje podręczniki – bibliotekarzowi czy też brokerowi informacji takich pozycji brakuje. Może warto byłoby opublikować te materiały w formie pracy zbiorowej gromadzącej wystąpienia z omawianych konferencji? Mogłaby to być pierwsza publikacja Sekcji Bibliotek Szkół Wyższych SBP. Pomysł poddaję pod rozważenie Zarządowi Sekcji. ☺

Mgr Joanna Chwałek jest Bibliotekarzem Systemowym w Bibliotece Głównej AWF im. Jerzego Kukuczki w Katowicach.

⁴ S. Kubów wygłosił referat pt. *Znaczenie poznawania osobowości pracowników dla sprawnego zarządzania kadrą bibliotek*. Artykuł napisany na podstawie na podstawie tego wystąpienia można przeczytać na s. 10.