

Dagmara Szmajsjer-Chylarecka

## Zmiany w kreowaniu wizerunku bibliotek na przykładzie działań Biblioteki Głównej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego

### Changes in library image creation on the example of the Main Library of the Medical University of Warsaw

Main Library, Medical University of Warsaw, Poland  
Correspondence to: dagmara.szmajsjer@wum.edu.pl

**STRESZCZENIE:** Współcześnie biblioteki muszą zwracać na promocję większą uwagę niż dawniej, gdy wystarczyły okazjonalne wystawy, spotkania z autorami i plakaty reklamujące nowości w księgozbiorze. Nieograniczony dostęp do informacji i dokumentów sprawia, że księżnicom coraz trudniej jest być atrakcyjnymi instytucjami. Biblioteki muszą przyciągać czytelników nie tylko zasobami, ale także organizowanymi spotkaniami. W niniejszym artykule zagadnienie promowania wizerunku omówiono na przykładzie Biblioteki Głównej WUM.

**SUMMARY:** Nowadays, the libraries have to pay more attention to promotion than in the past, when occasional exhibitions, meetings with authors and posters advertising new books in the collection were enough. Unlimited access to information and documents makes it increasingly difficult for libraries to be attractive institutions. The libraries need to attract readers not only with their resources but also with the events they organise. In this article the issue of image promotion is discussed on the example of the Main Library of the Medical University of Warsaw.

**KEYWORDS:** academic libraries, scientific libraries, medical libraries, promotion, marketing, architecture, social media.

*This is an open access article under the CC BY-NC-ND license.*

Dwudziesty pierwszy wiek stawia przed każdą biblioteką nowe wyzwania, a równocześnie pomaga w sprostaniu im poprzez dostarczanie narzędzi informatycznych i komunikacyjnych czy nowoczesnych materiałów bibliotecznych oraz ułatwianie dostępu do wiedzy. Biblioteki muszą starać się o czytelników, jednak w miarę rozwoju technologii staranie to staje się coraz ciekawsze, a narzędzia – coraz doskonalsze. Seniorzy tak wspominają dawne biblioteki: „Starsza pani bibliotekarka siedząca za biurkiem, drewniane półki z książkami, drewniane katalogi kartkowe, unoszący się zapach papieru i druku, ekspozycje nowo zakupionych tytułów, spotkania z autorami”. Tak funkcjonująca instytucja nie zachęcała młodych czytelników do częstych odwiedzin. Dorośli użytkownicy także przychodzili tylko na chwilę – zwracali książki, wybierali nowe tytuły i wychodzili. Niekiedy można było spotkać starsze osoby przesiadujące w czytelni, przeglądające prasę codzienną czy ilustrowane magazyny. A jak to wygląda teraz? „Biblioteka idzie z duchem czasu – nie porzeka na tradycyjnych metodach, lecz chce docierać do odbiorców w nowy sposób, nowymi środkami” [1 s. 129].

Czy dzisiejsze księżnice są w stanie wybić się na tle innych ośrodków kultury, edukacji i rozrywki? I czy biblioteki uniwersyteckie również muszą walczyć o użytkownika?

#### POCZĄTKI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

Głównym zadaniem bibliotek jest gromadzenie i udostępnianie wydawnictw zwartych, ciągłych i specjalnych. Promocja to działanie dodatkowe, choć można je uznać za równie ważne. Początkowo użytkownicy identyfikowali daną bibliotekę dzięki pieczętom zamieszczanym w książkach i stopkom w korespondencji. Bibliotekarze, być może nieświadomie, kreowali w ten sposób wizerunek instytucji. Budynki, w których mieściły się biblioteki, miały odpowiednie oznakowanie – często nawet z daleka łatwo było ustalić charakter placówki. W miarę upływu lat w widocznych miejscach – już nie tylko w środku instytucji, lecz także na zewnątrz – zaczęły się pojawiać plakaty promujące wydarzenia organizowane przez bibliotekę albo ciekawe tytuły tam dostępne. Biblioteka coraz bardziej świadomie wychodziła poza swoje mury i szukała nowych czytelników.

Za działania promocyjne można uznać również lekcje biblioteczne odbywające się w bibliotekach szkolnych. Były to wprowadzone działania narzucone i traktowane jako obowiązki, jednak spełniały swoje założenia, pokazując wartość zbiorów oraz ucząc zasad korzystania z książek i bibliotek. Bardzo często był to jedyny kontakt dzieci z biblioteką – część uczniów nie wiedziała wcześniej, że oprócz biblioteki szkolnej istnieją też biblioteki publiczne. Dużo zależało wówczas od zaangażowania rodziców w kształtowanie świadomości czytelniczej dzieci.

Niekiedy uczniowie mogli zapoznawać się z pracą biblioteki także dzięki kółkom zainteresowań – aktywnie uczestnicząc w życiu placówki, osiągnęli dojrzałość czytelniczą. W księżnicach organizowano konkursy (np. na najaktywniejszego czytelnika), urządzano wystawy tematyczne, pokazywano nowości. Nauczyciele języka polskiego zachęcali młodych ludzi do korzystania z biblioteki i nagradzali aktywnie wypożyczających dobrymi ocenami.

Wyższe uczelnie organizowały i nadal organizują dla wszystkich studentów I roku szkolenia z zasad korzystania z zasobów biblioteki. Studenci zdobywają wiedzę na temat obowiązujących regulaminów, rozmieszczenia poszczególnych oddziałów, sposobów zamawiania i wyszukiwania tytułów. Szkolenia są obowiązkowe, najczęściej realizowane online, zakończone testem złożonym z pytań wielokrotnego wyboru. Tak więc sami bibliotekarze mają możliwość zaprezentowania jednostki od jak najlepszej strony i zachęcenia studentów do odwiedzin.

Wrażenia wyniesione z biblioteki w dzieciństwie i okresie nastoletnim bardzo często rzutują na postrzeganie instytucji w życiu dorosłym – dlatego tak ważne są promocja i kreowanie dobrego wizerunku wśród najmłodszych czytelników. Dorosłego odbiorcę, który wcześniej nie wyrobił nawyku czytelniczego albo został nauczony kupowania (a nie wypożyczania) książek i uzyskiwania informacji z innych źródeł niż biblioteki, może być zdecydowanie trudniej pozyskać. Biblioteki szkolne czy uczelniane, ze względu na charakter i udostępniane zasoby, wpływają na użytkowników inaczej niż biblioteki publiczne.

Konieczność zdobycia określonej literatury i wiedzy powoduje, że czytelnicy kierują kroki do księżnic. Biblioteki muszą więc sprostać wyzwaniu, jakim jest utrzymanie użytkownika na dłużej. Plakaty, wystawy, lekcje i szkolenia biblioteczne to typowe działania promocyjne podejmowane kilka lat temu. Oczywiście są one kontynuowane do dziś, ale obecna technologia daje też inne możliwości zaistnienia.

Zanim jednak przejdziemy do nowych technologii, należy zwrócić uwagę na wygląd biblioteki – czy architektura może być reklamą?

## ARCHITEKTURA BIBLIOTEKI

Wygląd placówki może stać się jej wizytówką. Im ciekawszy i bardziej funkcjonalny design, tym chętniej czytelnik będzie odwiedzał dane miejsce. Obecnie nie wystarczy już bogata oferta, instytucje muszą skupić się na formie jej prezentacji i sposobie udostępniania. Dawniej biblioteki miały mniejsze możliwości projektowania przestrzeni przyjaznej dla użytkowników. Wypożyczalnie dla dzieci i dorosłych różniły się zwykle jedynie wysokością regałów, wystawami i obrazami czy plakatami. We współczesnych księżnicach młodszy odbiorca może zachwycić się barwami, fantazyjnymi pufami, krzesłami i stolikami. Starszego odbiorcę cieszą interesujące obrazy lub możliwość odpoczynku na wygodnych i wizualnie zachęcających kanapach. Matki z dziećmi korzystają ze specjalnie wyodrębnionych miejsc, a osoby niepełnosprawne – z udogodnień architektonicznych i technologicznych. Regały z książkami nie zawsze mają tradycyjną konstrukcję i często współgrają z całym wystrojem. Biblioteka przestaje być „tylko” biblioteką i pełni funkcję ośrodka kulturalnego. Nierzadko dysponuje osobnymi salami, w których odbywają się wystawy, warsztaty, przedstawienia teatralne, seanse kinowe czy spotkania literackie.

Biblioteka Główna Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego (BG WUM) od 2012 r. mieści się w nowoczesnym Centrum Biblioteczno-Informacyjnym. Proces przygotowań do przeprowadzki rozpoczął się w 2010 r. Dużym utrudnieniem było rozlokowanie zbiorów w trzech różnych miejscach. Prace obejmowały stworzenie nowej struktury organizacyjnej, wewnętrznych regulaminów i klasyfikacji zbiorów. Duża Wypożyczalnia z obsługą, nowoczesna Wypożyczalnia Samoobsługowa i przestronna Czytelnia zachęciły użytkowników do odwiedzin. W dawnej lokalizacji powierzchnia BG WUM wynosiła nieco ponad 1400 m<sup>2</sup>, nowa siedziba zajmuje 2630 m<sup>2</sup>. Czytelnia stała się wizytówką biblioteki, jest chętnie odwiedzana przez studentów i pracowników WUM, a także osoby spoza uczelni. Dawniej studenci mieli do dyspozycji ok. 100 miejsc w czytelniach i 18 stanowisk komputerowych. Po przeprowadzce użytkownik może zająć jedno z 306 miejsc i skorzystać z jednego ze 104 komputerów, czekając na niego również pokoje pracy indywidualnej i grupowej. Bogaty księgozbiór w wolnym dostępie, medyczne bazy danych, modele anatomiczne człowieka (szkielet, tułów, czaszka, oko) oraz mikroskopy znacząco ułatwiają zdobywanie wiedzy i pisanie prac. Użytkownicy mogą też skorzystać z systemu centralnego wydruku oraz kserokopiarek.





Il. 1. Dawna siedziba Biblioteki Głównej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego



Il. 2. Nowy budynek – Centrum Biblioteczno-Informacyjne

Na korytarzach wiszą zdjęcia dawnej siedziby – niewielu dzisiejszych studentów ją pamięta, jednak z pewnością jest to interesujący łącznik z historią BG WUM. Z pierwszego piętra, gdzie usytuowane są sale wykładowe, a także z Czytelni użytkownicy mogą podziwiać szklaną piramidę na da-

chu budynku. Biblioteka dostosowana jest do potrzeb osób niepełnosprawnych (poszerzone wejścia, drzwi bezprogowe, obniżone lady, windy udźwiewkowane, toalety). Wygląd budynku, w którym mieści się BG WUM, bez wątpienia zachęca do odwiedzin [2].





Il. 3. Czytelnia w danym budynku BG WUM



Il. 4. Czytelnia w nowym budynku BG WUM

Do momentu przeprowadzki Czytelnia kojarzyła się z miejscem cichej nauki, lecz w nowej siedzibie biblioteka udowodniła studentom, że może to być również miejsce spotkań i relaksu. Pokoje pracy grupowej sprzyjają dyskusjom (nie tylko naukowym), realizacji projektów i spotkaniom.

Pufy, ulokowane w centralnych miejscach, pozwalają na wygodny odpoczynek oraz przyjemną lekturę literatury medycznej i beletrystyki udostępnianej w Czytelni, a nawet umożliwiają krótką drzemkę.





Il. 5. Widok z 3. piętra na część Czytelni BG WUM i puffy



Il. 6. Pokój pracy indywidualnej w czytelni BG WUM

Również Wypożyczalnia przeszła ogromną metamorfozę. W poprzednim budynku zajmowała niewielkie pomieszczenie, do którego studenci ustawiali się w ogromnych kolejkach. Sąsiedztwo Zakładu Medycyny Sądowej nawet dla studentów medycyny było przykrym doświadczeniem. No-

wa Wypożyczalnia jest nie tylko rozległa i jasna, ale też podzielona na dwie części: z obsługą oraz samoobsługową. Użytkownik sam wybiera sposób i okres wypożyczenia podręczników (Wypożyczalnia z obsługą udostępnia książki na dłuższe okresy, samoobsługowa jest krótkoterminowa).



Il. 7. Wypożyczalnia samoobsługowa BG WUM

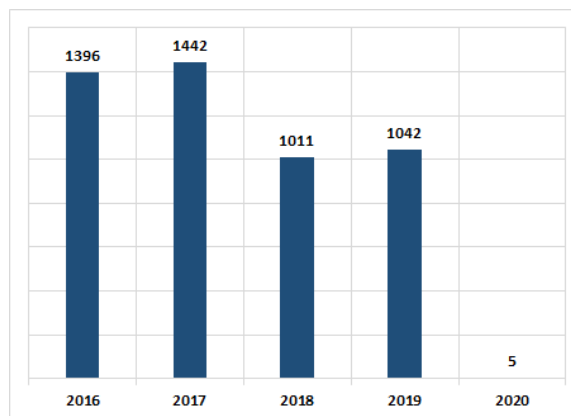
Wypożyczalnie zostały w pełni zautomatyzowane – za pośrednictwem Internetu studenci mogą sprawdzić dostępność książek w katalogu online, zamówić potrzebną pozycję, dokonać prolongaty, zająć na swoje konto biblioteczne, otrzymać przypomnienie o upływie terminu zwrotu lub informacje o przetrzymaniach.

Otwarcie Wypożyczalni Samoobsługowej społeczność akademicka przyjęła z dużym entuzjazmem. Za pośrednictwem urządzenia selfcheck użytkownik samodzielnie wypożycza i zwraca książki. Zbiory udostępnione w wolnym dostępie sprawiają, że czytelnik nie musi czekać na realizację zamówienia przez pracownika biblioteki. BG WUM może z powodzeniem promować się jako księżnica wykorzystująca nowoczesne technologie i zaspokajająca potrzeby współczesnych użytkowników [3].

W pomieszczeniu, w którym mieści się Wypożyczalnia z obsługą, znajduje się Informatorium, gdzie każdy zainteresowany otrzyma odpowiedź na wszelkie pytania dotyczące zasobów czy świadczonych przez bibliotekę usług.

Na wyk. 1 widać, jakim zainteresowaniem cieszy się Informatorium – w dawnej siedzibie nie było podobnego miejsca, jest to zatem innowacja, którą odebrano bardzo pozytywnie (drastyczny spadek w 2020 r. wynikał z pandemii SARS-CoV-2 i tymczasowego zamknięcia stanowiska). Z punktu widzenia promocji Informatorium to dość istotne

miejsce – użytkownicy wiedzą, dokąd zwrócić się o pomoc, a uzyskanie szybkiej i rzetelnej informacji sprawia, że chętniej wracają do biblioteki i dobrze się o niej wypowiadają.



Wykr. 1. Liczba zapytań napływających do Informatorium w latach 2016–2020

### INTERNET – WRÓG CZY SPRZYMIERZENIEC?

Wraz z rozwojem technologii i powszechnym dostępem do Internetu przed bibliotekami otworzyły się nowe możliwości. Standardem stała się strona WWW, dzięki której użytkownicy mogą sprawdzić podstawowe informacje na temat instytucji, zamówić książkę, dowiedzieć się o nadchodzącym wydarzeniu czy skontaktować się z pracownikami. Strona internetowa nierzadko jest pierwszym kontaktem



użytkownika z instytucją, a materiały zamieszczone w sieci – zachętą do odwiedzin. Warto więc się starać, aby biblioteczne strony WWW nie odbiegały od standardów i były systematycznie uaktualniane. Biblioteki tworzą również blogi, na których zamieszczają recenzje książek, wywiady z pisarzami czy relacje z wydarzeń kulturalnych.

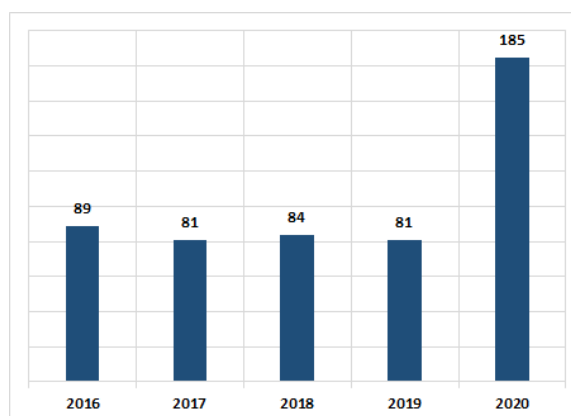
BG WUM ma stronę internetową, powiązaną z uczelnią macierzystą i prowadzoną w językach polskim i angielskim. Kolorystyka witryny nawiązuje do logo biblioteki, całość jest intuicyjna i czytelna. Użytkownik nie ma problemów z poruszaniem się po stronie. Oprócz podstawowych informacji o BG WUM (godziny otwarcia, struktura, organizacja, regulaminy) oraz dostępu do katalogu, baz danych i e-zasobów witryna zawiera zakładki „Najczęściej zadawane pytania” i „Zapytaj bibliotekarza”. Usługa „Zapytaj bibliotekarza” jest realizowana od 2014 r.; na wyk. 2 widać, iż w latach 2016–2019 przez formularz napływało średnio ok. 80 zapytań rocznie. Rok 2020 był specyficzny – ze względu na pandemię SARS-CoV-2, okresowe zamknięcie biblioteki i naukę zdalną użytkownicy częściej korzystali z elektronicznych form kontaktu, stąd tak znaczny wzrost liczby zapytań. Najczęściej dotyczą one możliwości korzystania z biblioteki, formalności związanych z konkretnymi usługami, terminów zwrotów czy dostępności materiałów bibliotecznych.

E-wystawy pozwalają wrócić do dawnych ekspozycji oraz zapoznać się z ciekawymi materiałami historycznymi z zakresu medycyny i nauk pokrewnych czy osobami zasłużonymi dla leczenia. W centralnej części strony zamieszczane są aktualności (dostępne także na fanpage’u BG WUM na Facebooku). Czytelnicy mogą również wziąć udział w kilkunastuminutowym wirtualnym spacerze. W ciągu roku biblioteka zamieszcza ok. 60 ogłoszeń, które dotyczą głównie oferowanych produktów i szkoleń, różnego typu akcji bibliotecznych i zmian w funkcjonowaniu.

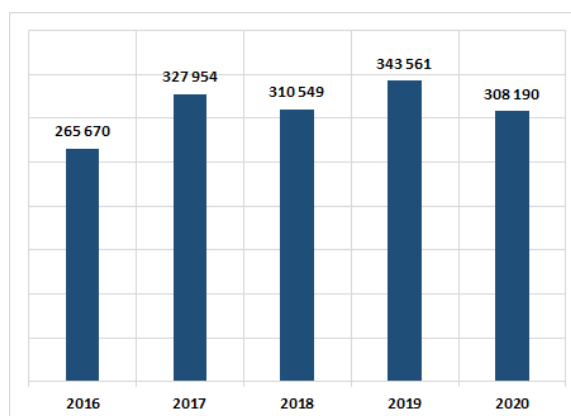
Na wyk. 3, przedstawiającym liczbę odsłon strony WWW, można zauważyć stały poziom zainteresowania użytkowników. Witryna jest systematycznie aktualizowana, pracownicy biblioteki dokładają też starań, aby była funkcjonalna i estetyczna.

Na stronie internetowej użytkownik ma możliwość wglądu w najstarsze zbiory – Biblioteka Cyfrowa zawiera zdigitalizowane zasoby z zakresu medycyny i nauk pokrewnych pochodzące ze zbiorów BG WUM. Ważnym celem jest promowanie księgozbioru historycznego oraz wsparcie działalności dydaktycznej i edukacyjnej uczelni – inicjatywę realizuje zespół Oddziału Automatyzacji Zbiorów Bibliotecznych.

Biblioteka udostępnia również treści naukowe i edukacyjne w modelu *open access*.



Wyk. 2. Wykorzystanie usługi „Zapytaj bibliotekarza” w latach 2016–2020



Wyk. 3. Liczba odsłon strony internetowej BG WUM w latach 2016–2020

Jak już wspomniano, BG WUM prowadzi też fanpage na Facebooku. Gdy został on założony – 30 IX 2013 r. – była to nowa forma promocji biblioteki i osoby prowadzące profil na bieżąco uczyły się działania w social mediach. Profil BG WUM polubiły dotąd 2472 osoby, a 2516 osób go obserwuje<sup>1</sup>. Jest to o tyle dobry wynik, że obie liczby nie spadają, lecz powoli rosną z każdym rokiem. W 2020 r. przeprowadzono badanie wśród polskich uczelni medycznych i okazało się, że BG WUM plasuje się na 1. miejscu, jeśli chodzi o liczbę polubień [4]. Biblioteka zamieszcza ok. 10 postów miesięcznie. Są to ogłoszenia powielone ze strony internetowej lub ciekawostki związane z literaturą czy medycyną. Za pośrednictwem mediów społecznościowych pracownicy biblioteki starają się komunikować z użytkownikiem i dostarczać mu treści przydatne, ale zarazem ciekawe. Zadaniem fanpage’a jest uzupełnianie treści publikowanych na stronie WWW.

<sup>1</sup> Stan na dzień 12 IV 2021 r.

Internet to sprzymierzeniec biblioteki – za pomocą witryn instytucja szybko i efektywnie komunikuje się z użytkownikami, powiadamiając o zmianach godzin otwarcia, wolnym dostępie do wybranych baz czy nowościach w księgozbiore. W BG WUM zarówno Czytelnia, jak i Wypożyczalnia są skomputeryzowane. Użytkownicy mają do dyspozycji infokioski, przy użyciu których mogą składać zamówienia, rezerwować książki lub prolongować terminy wypożyczeń. Wypożyczalnia Samoobsługowa dzięki selfcheckowi daje możliwość samodzielnych wypożyczeń i zwrotów, a bezpłatne Wi-Fi – na korzystanie z prywatnych urządzeń.

## BIBLIOWAWA

System Wypożyczeń Warszawskich (BiblioWawa/SWW) to program uruchomiony 18 XII 2017 r., mający spełnić oczekiwania studentów poszczególnych warszawskich uczelni. Pomysłodawcą była Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie (BUW). Oprócz BG WUM do systemu należy sześć innych bibliotek uczelnianych: Biblioteka Główna Akademii Wychowania Fizycznego, Biblioteka Główna Akademii Pedagogiki Specjalnej, Biblioteka Główna Politechniki Warszawskiej, Biblioteka Główna Wojskowej Akademii Technicznej, Biblioteka Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego i Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie (BUW).

Zasadniczym celem programu jest zapewnienie użytkownikom ww. bibliotek większego dostępu do zasobów z możliwością udostępniania literatury poza murami księżnic, a nie tylko prezencyjnie. Korzystanie z usług bibliotek w ramach BiblioWawy jest opisane w regulaminach i zwykle bezpłatne, jedynie BUW pobiera opłaty przy zapisie. Mimo krótkiego okresu funkcjonowania programu można zauważyć wzrastające zainteresowanie użytkowników. Z danych wynika, iż z BiblioWawy w ciągu 2 lat skorzystało ponad 3 tys. użytkowników – i można się spodziewać, że w kolejnych latach statystyki będą rosły [5].

Czym program jest dla BG WUM? Z pewnością promocją wśród studentów innych warszawskich uczelni. Do 2017 r. osoby spoza WUM mogły korzystać ze zbiorów na miejscu lub wypożyczać tytuły za kaucją. SWW otworzył czytelnikom furtkę do zbiorów biblioteki – obecnie studenci uczelni par-

tycypujących w programie, którzy mają problem ze znalezieniem podręcznika w macierzystej bibliotece, wiedzą, że mogą udać się do BG WUM. Otwierając się na nowych użytkowników, księżnica nie tylko aktywnie uczestniczy w innowacyjnych programach, ale również przedstawia się jako instytucja przyjazna i dostępna dla każdego.

## BIBLIOTEKA MIEJSCEM SPOTKAŃ

Jedną z ciekawszych form promocji są wydarzenia kulturalne organizowane przez bibliotekę. Mogą to być cykliczne, sezonowe lub okazjnie powtarzane spotkania – wszystko zależy od inwencji i możliwości pracowników. Najpowszechniejsze są spotkania z pisarzami, naukowcami i artystami, warsztaty tematyczne dla określonej grupy odbiorców, wystawy, przedstawienia teatralne, seanse kinowe, dni otwarte czy lekcje biblioteczne. Co istotne, wydarzenia wcale nie muszą się odbywać w siedzibie biblioteki – mogą zostać zorganizowane gdziekolwiek i wydawać się przypadkową akcją. Mowa tu o flashmobie – sytuacji, gdy sztuczny tłum gromadzi się w ustalonym miejscu i wykonuje performance.

BG WUM organizuje szereg szkoleń – oprócz podstawowych, przeznaczonych dla studentów i doktorantów, pracownicy prowadzą też warsztaty i seminaria dotyczące baz danych. Przystosowanie biblioteczne zostało wprowadzone w 1957 r. na wniosek dyrektora Samuela Klarreicha – Akademia Medyczna w Warszawie była jedną z pierwszych polskich uczelni szkolących studentów z podstaw informacji naukowej i techniki bibliotecznej [6]. Zajęcia dydaktyczne oferowane w BG WUM ulegały istotnym zmianom, dziś organizowane są online lub stacjonarnie. Do podstawowej oferty należą: „Przystosowanie biblioteczne” – obowiązkowe szkolenie online dla studentów I roku; „Library Training” – obowiązkowe szkolenie online w języku angielskim dla studentów I roku wydziału English Division; „Naukowa informacja medyczna” i „Podstawy naukowej informacji medycznej” – obowiązkowe szkolenia dla studentów wyznaczonych kierunków; „Naukowa informacja medyczna” i „Biblioteczne bazy danych” – obowiązkowe szkolenia dla doktorantów w formie seminariów i ćwiczeń.

	NAZWA SZKOLENIA	2016	2017	2018	2019	2020
1	PRZYSPOSOBIENIE BIBLIOTECZNE	2048	2109	2279	1994	1878
2	LIBRARY TRAINING	156	141	101	149	139
3	NAUKOWA INFORMACJA MEDYCZNA PODSTAWY NAUKOWEJ INFORMACJI MEDYCZNEJ	197	163	220	198	187
4	NAUKOWA INFORMACJA MEDYCZNA BIBLIOTECZNE BAZY DANYCH	164	100	79	69	57

Tab 1. Liczba studentów, którzy ukończyli szkolenia organizowane przez BG WUM w latach 2016–2020



W tab. 1 widać, ilu studentów w poszczególnych latach zakończyło szkolenia z wynikiem pozytywnym. Nie wszyscy przystępowali do zaliczenia, ponieważ jednak jest ono obowiązkowe, można założyć, iż wszyscy studenci kolejnych lat odbyli kurs i są zapoznani z zasadami obowiązującymi w bibliotece.

Kolejnym sposobem na promocję i utrwalanie dobrego wizerunku instytucji jest uczestnictwo pracowników BG WUM we wszelkiego rodzaju konferencjach poświęconych bibliotekom i warsztatach doskonalących.

Ciekawym przykładem promocji wydaje się wydarzenie zorganizowane przez BG WUM w 2019 r. podczas Nocy Muzeów, przebiegające pod hasłem „Nie tylko książki”. Odwiedzający mogli obejrzeć prezentację przestrzennych anatomicznych pomocy dydaktycznych (istniała możliwość rozłożenia i złożenia modeli), preparaty histologiczne i parazytologiczne pod mikroskopem, sprzęt i oprogramowanie dla czytelników z dysfunkcją narządu wzroku czy zdjęcia dawnej siedziby. Dodatkowo Czytelnia udostępniła książki w wolnym dostępie, tak więc każdy mógł przez chwilę poczuć się niczym prawdziwy student medycyny. Całości dopełniała ciekawa oprawa świetlna Centrum Bibliotecznego-Informacyjnego. Nocny spacer po BG WUM z pewnością był atrakcyjny zarówno dla osób, które wcześniej nie odwiedzały ksiąźnicy, jak i dla stałych bywalców. W godzinach od 18.00 do 0.30 bibliotekę odwiedziło 677 gości. Przeprowadzona akcja uzmysłowiła pracownikom, jak dużym zainteresowaniem cieszą się podobne wydarzenia, i zachęciła do dalszych działań.

Po sukcesie Nocy Muzeów postanowiono pójść tą ścieżką i otworzyć się na kolejną grupę odbiorców. W 2020 r. w czasie akcji „Zima w mieście” ksiąźnica WUM wraz z Muzeum Historii Medycyny zorganizowała lekcje biblioteczne dla uczniów szkół podstawowych. Uczestnicy oprowadzani byli po najciekawszych miejscach w Rektoracie (Sala Senatu), Centrum Dydaktycznym (aula, gdzie odbywają się m.in. inauguracje roku akademickiego) i Centrum Bibliotecznego-Informacyjnym (sala wykładowa, pomieszczenia biblioteki) [7]. Dzieci mogły zapoznać się z pracą w magazynie i systemem wypożyczeń, a także sprawdzić, czy regały mogą jeździć. W Wypożyczalniach poznały katalog biblioteczny, nauczyły się wypożyczać za pomocą selfchecka i dowiedziały się, do czego służą bramki zabezpieczające wyjścia. Z kolei w Czytelni zrozumiały, jak ważna podczas nauki jest cisza, a w ramach pogadanki przyjrzały się modelom anatomicznym. Pracownicy przygotowali quizy i krzyżówki oraz drobne upominki. W ramach akcji odbyły się cztery lekcje, w których wzięło udział 72 dzieci i 11 opiekunów. Uczniowie wychodzili z biblioteki bogatsi o nowe doświadczenia

związane z funkcjonowaniem instytucji, bibliotekarze zaś zdobyli dodatkową wiedzę o sposobach reklamowania ksiąźnicy wśród potencjalnych przyszłych studentów.

## POMYSŁOWOŚĆ PRZYSZŁOŚCIĄ BIBLIOTEKI?

Od bibliotekarza wymaga się umiejętności przyciągania czytelników, a więc pomysłowości, innowacyjności i zaangażowania w promocję. Mimo że coraz częściej w strukturze bibliotek spotyka się dział promocji, w przygotowania do akcji promocyjnych nadal angażują się wszyscy pracownicy. Sprzyja to integracji zespołu, a dobrze sprawdzającą się metodą pracy jest burza mózgów. Gdy porównać obecne możliwości do sytuacji sprzed kilkudziesięciu lat, widać, jak wiele nowych pomysłów na promocję mają biblioteki. Głównym hamulcem są finanse – tutaj bibliotekarze niejednokrotnie muszą się wykazać większą pomysłowością niż przy samym kreowaniu strategii promocyjnej.

Jednak „aby dobrze wypromować bibliotekę, sprawić, by była ona nowoczesną – potrzebny jest nie tyle bogaty portfel, co... dobry wzrok i słuch!” [1 s. 123]. To przede wszystkim od obserwacji użytkowników biblioteki zależy, jaki rodzaj promocji wybiorą pracownicy. Nie wystarczy wpaść na ciekawy pomysł, trzeba jeszcze dostosować go do potencjalnego odbiorcy i sprawdzić, czy dana forma będzie cieszyła się zainteresowaniem. Można zatem powiedzieć, że liczy się nie tylko pomysłowość, ale też dobra obserwacja i znajomość użytkowników. Bibliotekarz XXI w. musi więc być „multifunkcyjny”, tak jak jego biblioteka.

Księźnica uczelniana, ze względu na charakter i posiadane zasoby, sama w sobie jest interesująca, mimo to BG WUM podejmuje kolejne działania mające przyciągnąć nowych użytkowników – a zarazem nie zapomina o stałych klientach. Strona internetowa biblioteki i fanpage na Facebooku ułatwiają kontakt z oddalonymi od uczelni użytkownikami, a jednocześnie stanowią wizytówkę nowoczesnej i dobrze zorganizowanej placówki. Akcje, w które angażują się pracownicy, także świadczą o innowacyjności i umiejętności podejmowania nowych wyzwań. „Zima w mieście” jest tu najlepszym przykładem, zwłaszcza ze względu na wiek uczestników – można stwierdzić, że im młodszy odbiorca, tym bardziej wymagający. Noc Muzeów również okazała się inspirującym doświadczeniem i zachętą do dalszego działania. Organizowane eventy (wystawy, konferencje, wykłady), konkursy dla czytelników, ogłoszenia w Internecie, szkolenia na zamówienie czy artykuły o bibliotece – to wszystko znacząco promuje placówkę. Bez wątpienia warto obserwować, w jakim kierunku zmiernają działania promocyjne BG WUM.

Plany na przyszłość? Dobrym pomysłem wydaje się zwiększenie obecności biblioteki w mediach społecznościowych – być może BG WUM odnalazłaby się na Instagramie?

Ponadto imprezy okolicznościowe mogłyby stać się standardem, a nie innowacją. Dążenie ku nowoczesności poprzez wprowadzenie nowych technologii z pewnością podwyższyłoby prestiż placówki. Czy uda się to osiągnąć? Czas pokaże. Już teraz jednak można stwierdzić, że dzięki promocji biblioteki mają szansę wybić się na tle innych ośrodków kultury, edukacji i rozrywki.

## REFERENCE LIST

1. Karwasińska E, Karwasiński P. Biblioteka jutra – już dziś. O jej promocji słowem, obrazem i dźwiękiem. In: Wojciechowska M, editor. Marketing biblioteczny: rozważania, dyskusje, konteksty. Gdańsk: Ateneum; 2007. p. 123-37.
2. Utrata I. Nowy rozdział w historii Biblioteki Głównej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego. Forum Bibliotek Medycznych. 2012;5(2):150-7.
3. Szmajsjer-Chylarecka D. Maszyna kontra bibliotekarz – dokąd zmierzają współczesne wypożyczalnie? Medical Library Forum. 2019;12(2):2-6.
4. Rybka E. Media społecznościowe w bibliotekach uczelni medycznych – próba porównania. Forum Bibliotek Medycznych. 2020;13(1):18-25.
5. Makowska K. System Wypożyczeń Warszawskich (BiblioWawa/SWW) – charakterystyka i ocena na przykładzie Biblioteki Głównej WUM. Forum Bibliotek Medycznych. 2019;12(2):7-25.
6. Utrata I. Tak się właśnie zaczęło! Przeszłość, teraźniejszość i przyszłość Biblioteki Głównej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego. Forum Bibliotek Medycznych. 2010;3(1):639-58.
7. Tyszkiewicz A. Zima w mieście na Warszawskim Uniwersytecie Medycznym 2020 [Internet]. Muzeum Historii Medycyny Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego; [cited 06.04.2021.] Available from: <http://muzeum.wum.edu.pl/zima-w-miescie-na-warszawskim-universytecie-medycznym-2020/>

---

### DAGMARA SZMAJSER-CHYLARECKA

Main Library, Medical University of Warsaw, Poland  
Correspondence: dagmara.szmajsjer@wum.edu.pl  
ORCID: 0000-0001-9275-0949