

# Rozmowa z mgr Jadwigą Witek, rzecznikiem prasowym i specjalistą ds. promocji i PR w Centrum Informacji Naukowej i Bibliotece Akademickiej w Katowicach

poprowadziła Joanna Kamińska

**Stanowisko rzecznika to rzadkość w polskich bibliotekach. Za pracę na tym stanowisku była Pani nominowana do nagrody PRotony, przyznawanej od 2007 r. profesjonalistom w dziedzinie komunikacji. Na czym polega Pani zadanie?**

Nominacja do nagrody jest dla mnie swego rodzaju potwierdzeniem „zaistnienia” tematu promocji biblioteki naukowej w branży PR-owej. Ten proces trwał kilka lat. Stanowisko rzecznika prasowego powołał prof. dr hab. Dariusz Pawelec w 2008 r. jeszcze w Bibliotece Uniwersytetu Śląskiego. Rzeczywiście była to pierwsza tego typu funkcja w bibliotekach, chyba nie tylko naukowych. Wynikała m.in. z potrzeby informowania opinii publicznej o realizacji projektu nowej biblioteki, która będzie czymś zupełnie nieznanym, bez precedensu. W 2011 r. promocja i public relations oraz rzecznictwo prasowe znalazły swoją kontynuację już w nowej strukturze Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej. Stanowisko rzecznika prasowego i specjalisty ds. promocji w CINIiBA zostało powołane z głębokiej potrzeby innego niż dotychczas promowania biblioteki. Dlatego tak naprawdę nie jest możliwe porównanie go do działań prowadzonych wcześniej. Na bieżąco wypracowuję metodykę, opierając się na wiedzy zdobytej na studiach oraz doświadczeniu moim i środowiska. Wracając do nominacji – staram się wykonywać zadania profesjonalnie, zawsze najlepiej jak potrafię i jak jest to w danej chwili możliwe.

**CINIiBA zachęca czytelników hasłem „Biblioteka otwarta”. Jak realizuje swoją misję? Jak promowana jest biblioteka?**

Działania informacyjno-promocyjne w pierwszym etapie, kiedy realizowaliśmy Projekt CINIiBA (2008–2012), były prowadzone w 5 głównych obszarach: 1) Wypełnienie obowiązku informowania opinii publicznej o zakresie dofinansowania projektu ze środków Unii Europejskiej oraz informacja o celach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Zgodnie z zapisem umowy o dofinansowanie oraz wytycznymi instytucji zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Śląskiego, realizowana strategia ma zapewnić opinii publicznej dostęp do informacji o pozyskaniu wsparcia finansowego z funduszy strukturalnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. 2) Informowanie o przebiegu budowy, o jej kolejnych etapach i punktach zwrotnych; zaangażowanie emocjonalne otoczenia w przedsięwzięcie. 3) Informowanie i edukacja w społeczeństwie. Promowanie funkcji i usług nowej biblioteki. 4) PR wewnętrzny – informacje dla pracowników bibliotek UŚ i BG UE. 5) Media relations.

Każda z wymienionych powyżej grup działań miała i ma swoje odrębne znaczenie w całościowym ujęciu strategii promocji. Służy budowaniu spójnego wizerunku naszego przedsięwzięcia. Tak złożona strategia ma zachęcić i przekonać naukowców i studentów katowickich uczelni, a także użytkowników spoza środowiska akademickiego, m.in. z sektora gospodarki, instytucji samorządowych grupy NGO do korzystania z usług Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej. Jej zadaniem jest kształtowanie wizerunku biblioteki jako eksperta w sprawach informacji i instytucji profesjonalnej, uczącej, otwartej na potrzeby informacyjne, edukacyjne, kulturalne, naukowe; biblioteki będącej integralnym i koniecznym fragmentem tkanki uczelni, miasta i regionu. Niezwykle istotną rolę w tej kwestii odegrała nasza współpraca z lokalnymi mediami.

Sednem prowadzonych obecnie działań promocyjnych jest budowanie relacji z otoczeniem społecznym, podejmowanie kontaktów z coraz to nowymi grupami docelowymi. Naszym zadaniem jest informowanie i edukowanie w zakresie nowoczesnego podejścia do informacji. Promujemy także nasze usługi biblioteczne. Jednym z głównych zadań wspólnej ksiąźnicy UŚ i UE w Katowicach jest organizacja wydarzeń naukowych, edukacyjnych i kulturalnych, a także szkolenia, warsztaty i wycieczki. Rocznie odbywa się ich u nas ponad 1000. W zakresie promocji marki i produktu priorytetowe jest również wsparcie eksperckie dla innowacji, jakim możemy służyć w obszarze gospodarki.

**W bibliotekarstwie chętnie powołujemy się na ideę „trzeciego miejsca”. Czy CINIbA także wpisuje się w tę koncepcję?**

CINIbA jest miejscem „intelektualnego fermentu” w wielu znaczeniach tego określenia. Zdajemy sobie sprawę, że aby aktywnie i faktycznie BYĆ w społeczeństwie, należy bardzo uważnie śledzić jego potrzeby, zachodzące procesy i na nie odpowiadać, dostosowując się albo zgodnie z misją bibliotek inspirować zmiany i wspomagać indywidualny rozwój. Współcześnie zmienia się rola wszystkich bibliotek, także tych naukowych. Z typowego magazynu książek stajemy się „sanatorium dla umysłu”, jak przed wiekami Biblioteka Aleksandryjska. Jako chyba jedna z najbardziej zrytualizowanych przestrzeni publicznych, przez co przewidywalnych i bezpiecznych, a jednocześnie dających możliwość własnego odkrycia książki, wiedzy, stwarzamy alternatywę dla tego, co „w domu” lub „w pracy”. Ideę trzeciego miejsca realizujemy poprzez naszą „totalną otwartość” i dostępność.



**Fotografia 1.**

Jadwiga Witek, rzecznik prasowy i specjalista ds. promocji i PR w Centrum Informacji Naukowej i Bibliotece Akademickiej w Katowicach

**Źródło:** fotografia nadesłana.