

Rzecznik prasowy w bibliotece

(Press Officer in a Library)

opracowanie Maja Wojciechowska

Wiele bibliotek to duże instytucje odpowiedzialne za szereg programów i działań, które poza realizacją podstawowych funkcji bibliotecznych mają za zadanie informowanie, edukowanie i aktywizowanie społeczeństwa w określonych obszarach. Ich wpływ wykracza poza lokalną społeczność, a skala działań jest duża. Takie placówki oprócz działów marketingu powinny posiadać swoich reprezentantów odpowiedzialnych za kontakty z mediami. Choć rzecznik prasowy nie jest stanowiskiem powszechnie spotykanym w bibliotekach, to instytucje, które je wprowadziły do swoich struktur, wskazują na skuteczniejszą komunikację, a więc i lepsze zrozumienie działań biblioteki przez otoczenie oraz budowanie pozytywnego, wyrazistego wizerunku, co z kolei sprzyja pozyskiwaniu nowych użytkowników oraz efektywniejszemu nawiązywaniu współpracy z partnerami zewnętrznymi. W niniejszym opracowaniu zaprezentowane zostaną podstawowe zasady pracy, cele oraz zadania rzecznika prasowego biblioteki.

Definicja: Rzecznik prasowy biblioteki to specjalista ds. komunikacji, odpowiedzialny za kształtowanie, utrzymywanie i ochronę wizerunku instytucji bibliotecznej w przestrzeni publicznej, w szczególności poprzez budowanie i rozwijanie relacji z mediami (tradycyjnymi i cyfrowymi). Do jego zadań należy planowanie i realizacja strategii informacyjnej biblioteki, przygotowywanie i dystrybucja materiałów prasowych (np. komunikatów, oświadczeń, notatek prasowych), organizacja konferencji prasowych oraz monitorowanie opinii publicznej i medialnych wzmianek dotyczących działalności biblioteki. Rzecznik prasowy biblioteki pełni funkcję mediatora między instytucją a jej otoczeniem – użytkownikami, partnerami, samorządem oraz mediami – zapewniając transparentność działań biblioteki, wspierając budowę zaufania społecznego i promując jej misję informacyjną, kulturalną oraz edukacyjną.

Tłumaczenie terminu: ang. *library press officer*, niem. *Pressesprecher der Bibliothek*, fr. *porte-parole de la bibliothèque*, ros. *пресс-секретарь библиотеки*.

Rola rzecznika prasowego biblioteki:

1. Komunikacja z mediami (*media relations* biblioteki):
 - przygotowywanie i dystrybucja materiałów prasowych (komunikaty, notatki, oświadczenia, materiały dla prasy);
 - organizowanie konferencji prasowych, briefingów i spotkań z dziennikarzami;
 - budowanie i utrzymywanie relacji z przedstawicielami mediów lokalnych, regionalnych, ogólnokrajowych, branżowych, a nawet międzynarodowych;
 - reagowanie na zapytania medialne i kształtowanie przekazu o bibliotece w przestrzeni publicznej.
2. *Public relations* i kreowanie wizerunku biblioteki:
 - opracowywanie i realizacja strategii komunikacji zewnętrznej biblioteki (wspólnie z działem marketingu);
 - budowanie pozytywnego wizerunku biblioteki jako instytucji otwartej, nowoczesnej i społecznie zaangażowanej;
 - kreowanie przekazów promujących działalność kulturalną, edukacyjną i naukową biblioteki;
 - zarządzanie sytuacjami kryzysowymi (tzw. *crisis communication*).
3. Wspieranie komunikacji wewnętrznej (*internal communications*):
 - informowanie pracowników biblioteki o bieżących działaniach, planowanych wydarzeniach i inicjatywach;
 - współpraca z dyrekcją oraz zespołami merytorycznymi przy tworzeniu oficjalnych komunikatów (dla mediów, partnerów, organów prowadzących, sponsorów, publiczności etc.);
 - zapobieganie sytuacjom trudnym, problemowym wewnątrz biblioteki oraz łagodzenie ich skutków.
4. Promocja działalności biblioteki:
 - współtworzenie razem z działem marketingu kampanii promocyjnych i informacyjnych;
 - wspieranie zespołów merytorycznych w organizacji wydarzeń i projektów (szczególnie w obszarze komunikacji);
 - przygotowywanie/kontrola treści do materiałów promocyjnych, biuletynów, newsletterów i raportów;
 - koordynacja działań promocyjnych w mediach społecznościowych.
5. Monitoring i analiza informacji:
 - śledzenie przekazów medialnych dotyczących biblioteki i jej działalności;
 - analiza opinii publicznej i odbioru komunikatów medialnych;
 - raportowanie wyników działań komunikacyjnych i rekomendowanie kierunków rozwoju strategii PR.

6. Reprezentacja i rzecznictwo instytucji:
 - występowanie w imieniu biblioteki w mediach, podczas wydarzeń publicznych lub w kontaktach z partnerami;
 - dbanie o spójność przekazu instytucji;
 - reprezentowanie biblioteki w sytuacjach kryzysowych i podczas komunikacji strategicznej.

Cele działań rzecznika prasowego biblioteki:

1. Informacyjne:
 - zapewnienie społeczeństwu rzetelnych, aktualnych i kompletnych informacji o działalności biblioteki;
 - przekazywanie komunikatów o wydarzeniach, projektach i decyzjach;
 - eliminowanie dezinformacji i niejasności w przekazie medialnym.
2. Wizerunkowe (promocyjne):
 - kształtowanie pozytywnego obrazu biblioteki w opinii publicznej;
 - eksponowanie jej osiągnięć, nowoczesności i roli społecznej;
 - budowanie wizerunku biblioteki jako instytucji otwartej, innowacyjnej i społecznie zaangażowanej.
3. Relacyjne (komunikacyjne):
 - rozwijanie i utrzymywanie trwałych relacji z mediami, użytkownikami, partnerami oraz środowiskiem lokalnym i ponadlokalnym;
 - wspieranie dialogu społecznego i otwartości informacyjnej;
 - wzmacnianie sieci kontaktów.
4. Reaktywne (reagowania kryzysowego):
 - szybkie i adekwatne reagowanie na sytuacje kryzysowe lub kontrowersyjne;
 - ochrona wizerunku instytucji w mediach i w opinii publicznej;
 - minimalizowanie skutków negatywnego przekazu informacyjnego na temat biblioteki, jej projektów lub planów.
5. Doradcze i strategiczne:
 - wspieranie kierownictwa w zakresie komunikacji i *public relations*;
 - formułowanie rekomendacji dotyczących strategii informacyjnej i medialnej biblioteki;
 - wspieranie zespołów merytorycznych w zakresie komunikacji i promocji w trakcie prac nad nowymi projektami.
6. Edukacyjne i społeczne:
 - popularyzacja wiedzy o działalności biblioteki oraz jej funkcjach kulturotwórczych, informacyjnych, naukowych i społecznych;

- wspieranie działań biblioteki w zakresie kształtowania postaw czytelniczych oraz promowania idei równego i powszechnego dostępu do informacji.

Pożądane efekty pracy rzecznika prasowego biblioteki:

- osiągnięcie transparentności działań biblioteki i zbudowanie zaufania publicznego;
- wzmocnienie jej tożsamości i pozytywnej reputacji;
- ugruntowanie jej wiarygodności poprzez podkreślenie profesjonalizmu oraz rzetelności i odpowiedzialności społecznej;
- stworzenie atmosfery zaufania i współpracy, zarówno w kontaktach z odbiorcami usług, jak i partnerami oraz szeroko rozumianym otoczeniem;
- ograniczenie szkód wizerunkowych wynikających z sytuacji kryzysowych;
- stworzenie modelu komunikacji biblioteki zgodnej z jej tożsamością i strategią.

Grupy odbiorców działań rzecznika prasowego biblioteki:

1. Media:

- dziennikarze prasy lokalnej, regionalnej, ogólnokrajowej i międzynarodowej;
- redakcje portali branżowych i kulturalnych;
- stacje radiowe i telewizyjne;
- blogerzy, influencerzy, twórcy treści o kulturze, edukacji i nauce.

Cel komunikacji: dostarczanie rzetelnych informacji o działalności biblioteki, kreowanie jej wizerunku w mediach, reagowanie na zapytania prasowe.

2. Użytkownicy biblioteki/społeczność czytelnicza:

- czytelnicy indywidualni;
- instytucjonalni odbiorcy usług (np. szkoły, uczelnie, instytuty badawcze);
- użytkownicy korzystający zdalnie z zasobów cyfrowych biblioteki oraz innych usług elektronicznych;
- uczestnicy wydarzeń kulturalnych, edukacyjnych i naukowych organizowanych przez bibliotekę.

Cel komunikacji: informowanie o ofercie i usługach biblioteki, wzmacnianie więzi z użytkownikami, promowanie aktywności czytelniczej, kulturalnej, naukowej, edukacyjnej i społecznej.

3. Personel biblioteki:

- kadra kierownicza;
- kadra administracyjna;
- bibliotekarze, w tym edukatorzy i animatorzy kultury zatrudnieni w bibliotece, specjaliści dziedzinowi, bibliotekarze systemowi, data stewardzi oraz inni specjaliści pracujący na stanowiskach merytorycznych;

- zespoły projektowe i robocze;
- personel pomocniczy (pracownicy ochrony, personel sprząający itp.).

Cel komunikacji: informowanie o działaniach i strategii biblioteki, zapewnienie spójnego przekazu wewnątrz instytucji, wzbudzenie motywacji i budowanie zaangażowania pracowników.

4. Władze i instytucje współpracujące:

- przedstawiciele organów prowadzących;
- władze samorządowe i państwowe;
- uczelnie, szkoły oraz inne instytucje z obszaru nauki, kultury i edukacji;
- organizacje pozarządowe i partnerzy społeczni;
- przedstawiciele biznesu;
- sponsorzy i darczyńcy.

Cel komunikacji: budowanie pozytywnego wizerunku biblioteki w oczach decydentów, nawiązywanie pozytywnych relacji międzyinstytucjonalnych, wspieranie współpracy, wzmocnianie pozycji biblioteki jako partnera w środowisku lokalnym i ponadlokalnym.

5. Lokalna społeczność:

- mieszkańcy dzielnicy, miasta (miejscowości) lub regionu, który obsługuje biblioteka;
- grupy użytkowników o szczególnych potrzebach (np. seniorzy, osoby z niepełnościami, imigranci);
- lokalne środowiska opiniotwórcze;
- grupy inicjatyw obywatelskich.

Cel komunikacji: promowanie biblioteki jako źródła rzetelnej informacji, dostępnej i otwartej dla wszystkich przestrzeni kulturalno-społecznej, wspieranie uczestnictwa w kulturze, edukacji oraz integracji społecznej.

6. Środowisko branżowe:

- inne biblioteki (np. publiczne, naukowe, szkolne, fachowe, społeczne, prywatne);
- stowarzyszenia bibliotekarskie i związki zawodowe;
- organizacje merytorycznie związane z profilem działalności biblioteki (niebibliotekarskie, np. Naczelna Izba Lekarska dla Głównej Biblioteki Lekarskiej);
- środowiska naukowe zajmujące się bibliotekoznawstwem i informacją naukową.

Cel komunikacji: wymiana doświadczeń, współpraca w projektach branżowych, promocja dobrych praktyk.

Rzecznik prasowy biblioteki komunikuje się z wieloma grupami, które można podzielić na dwie główne kategorie:

- **odbiorcy wewnętrzni** – wszyscy pracownicy biblioteki oraz jej wewnętrzne struktury organizacyjne;
- **odbiorcy zewnętrzni** – media, użytkownicy, inne instytucje, społeczność lokalna, administracja publiczna.

Jego zadaniem jest dostosowanie przekazu i jego formy oraz kanałów komunikacji do specyfiki każdej z tych grup, aby zapewnić skuteczność działań informacyjnych i wizerunkowych.

Kompetencje rzecznika prasowego biblioteki:

1. Kompetencje komunikacyjne:
 - umiejętność formułowania jasnych, spójnych i zrozumiałych komunikatów;
 - zdolność dostosowania języka i stylu przekazu do różnych grup odbiorców (media, użytkownicy biblioteki, inne instytucje itp.);
 - biegłość w wystąpieniach publicznych i kontaktach z mediami;
 - umiejętność udzielania i prowadzenia wywiadów, briefingów oraz konferencji prasowych.
2. Kompetencje merytoryczne:
 - znajomość misji, celów, struktury i działalności biblioteki;
 - orientacja w polityce kulturalnej, edukacyjnej i informacyjnej;
 - znajomość zasad funkcjonowania instytucji publicznych i organizacji non-profit;
 - podstawowa wiedza z zakresu prawa autorskiego, ochrony danych osobowych i dostępu do informacji publicznej.
3. Kompetencje marketingowe:
 - znajomość zasad budowania wizerunku i reputacji instytucji;
 - umiejętność planowania i realizacji strategii komunikacyjnych;
 - znajomość narzędzi PR (media relations, social media marketingu, event marketingu etc.);
 - zdolność do monitorowania opinii publicznej i reagowania na sytuacje kryzysowe.
4. Kompetencje cyfrowe i medialne:
 - obsługa narzędzi komunikacji elektronicznej i mediów społecznościowych;
 - umiejętność tworzenia materiałów informacyjnych (postów, grafik, filmów, newsletterów);
 - znajomość zasad SEO i analityki internetowej;
 - świadomość etyczna i prawna związana z publikowaniem treści w sieci.
5. Kompetencje interpersonalne i organizacyjne:
 - zdolność do prowadzenia negocjacji, mediacji i budowania relacji;

- umiejętność pracy zespołowej oraz współpracy z różnymi działami biblioteki;
- odporność na stres i presję czasu;
- umiejętność radzenia sobie w trudnych sytuacjach (z trudnymi partnerami);
- dobra organizacja pracy, planowanie i priorytetyzacja zadań.

6. Kompetencje etyczne:

- znajomość kodeksów etycznych, przede wszystkim branżowych (kodeksu etyki bibliotekarza, ale też innych, jak np. netykieta);
- odpowiedzialność za słowo i przekazywane treści;
- przestrzeganie zasad etyki zawodowej i przejrzystości działań;
- lojalność wobec instytucji, ale także dbałość o interes społeczny i prawo do informacji.

Rzecznik prasowy biblioteki łączy w sobie cechy informatora, analityka, doradcy, stratega i reprezentanta instytucji. Powinien dysponować kompleksowym zestawem kompetencji komunikacyjnych, medialnych, organizacyjnych, etycznych oraz innych, które umożliwią mu skuteczne kształtowanie wizerunku biblioteki oraz utrzymywanie trwałych relacji z mediami i społecznością.

Kanały wykorzystywane w ramach komunikacji rzecznika prasowego biblioteki z jej otoczeniem:

1. Tradycyjne media (mass media):

- prasa drukowana: gazety lokalne, czasopisma branżowe, biuletyny samorządowe, prasa regionalna, krajowa i zagraniczna;
- radio i telewizja: wywiady, komunikaty, audycje tematyczne, relacje z wydarzeń;

2. Media internetowe:

- strona internetowa biblioteki (podstawowe źródło oficjalnych informacji na temat instytucji);
- serwisy tematyczne;
- newslettery i biuletyny elektroniczne;
- media społecznościowe, w tym blogi i mikroblogi biblioteczne;
- tematyczne fora dyskusyjne;
- mailing do mediów i partnerów – personalizowana komunikacja instytucjonalna.

3. Bezpośrednia komunikacja interpersonalna:

- spotkania z mediami (konferencje prasowe, briefingi, konsultacje);
- rozmowy telefoniczne i indywidualne kontakty z dziennikarzami;
- spotkania z użytkownikami i partnerami instytucjonalnymi;
- udział w wydarzeniach kulturalnych, naukowych i społecznych.

4. Wydarzenia i działania promocyjne:

- konferencje, festiwale, warsztaty, wystawy;
 - akcje czytelnicze i kampanie społeczne;
 - dni otwarte biblioteki, jubileusze, inicjatywy lokalne.
5. Publikacje i materiały informacyjne:
- raporty, broszury, ulotki, plakaty, katalogi;
 - komunikaty prasowe i informacje dla mediów;
 - materiały multimedialne (zdjęcia, filmy, podcasty).
6. Kanały wewnętrzne (komunikacja instytucjonalna):
- intranet, komunikatory wewnętrzne, listy mailingowe;
 - spotkania pracownicze i zebrania informacyjne;
 - biuletyny wewnętrzne i ogłoszenia dyrekcji.

Warunki, które muszą spełniać komunikaty (materiały) przygotowane przez rzecznika prasowego biblioteki:

1. Rzetelność i wiarygodność:
 - komunikat musi zawierać wyłącznie prawdziwe i aktualne informacje;
 - wykorzystane źródła danych powinny zostać uprzednio zweryfikowane (np. oficjalne statystyki, dokumenty, wypowiedzi upoważnionych osób);
 - przekaz nie może zawierać spekulacji, opinii zamiast faktów ani manipulacji.
2. Zgodność z misją i polityką biblioteki:
 - komunikat musi być spójny z wartościami i celami biblioteki;
 - treści powinny odzwierciedlać charakter biblioteki jako instytucji publicznej i kulturalno-edukacyjnej bądź naukowej;
 - wypowiedzi oraz materiały przygotowane przez rzecznika powinny reprezentować oficjalne stanowisko biblioteki, a nie jego prywatną opinię.
3. Jasność i przejrzystość przekazu:
 - komunikat powinien być zrozumiały dla odbiorcy, bez nadmiaru specjalistycznych terminów;
 - zaleca się, by układ tekstu był logiczny, spójny i uporządkowany (najważniejsze informacje warto zamieścić na początku);
 - użyty język powinien być czytelny, akapity krótkie, a zdania proste.
4. Poprawność językowa i stylistyczna:
 - komunikaty muszą być wolne od błędów gramatycznych, ortograficznych i interpunkcyjnych;
 - zastosowany styl powinien być neutralny, profesjonalny, rzeczowy;
 - przekaz powinien być wolny od emocji, kolokwializmów i wartościowania.
5. Atrakcyjność i dostosowanie formy do odbiorcy (grupy docelowej):

- język i forma przekazu powinny być dopasowane do grupy odbiorców (inaczej należy pisać do mediów, a inaczej do czytelników lub partnerów);
 - w niektórych sytuacjach tekst może zostać uzupełniony elementami graficznymi bądź multimedialnymi (zdjęcia, infografiki, wideo), co zwiększa atrakcyjność przekazu;
 - należy zadbać o przejrzysty układ wizualny i czytelną strukturę informacji.
6. Zwięzłość i konkretność:
- komunikaty powinny zawierać tylko informacje istotne i niezbędne;
 - zaleca się stosowanie zasady odwróconej piramidy informacyjnej (najważniejsze informacje na początku, szczegóły dalej);
 - należy unikać nadmiernego rozwlekania i powtórzeń.
7. Terminowość i aktualność:
- publikowane mogą być wyłącznie komunikaty aktualne;
 - w przypadku ważniejszych wydarzeń bądź kluczowych tematów wymagających obszerniejszych wypowiedzi istotne jest zaplanowanie całego harmonogramu publikacji komunikatów informacyjnych;
 - w przypadku sytuacji kryzysowej komunikat powinien zostać przedstawiony przez rzecznika niezwłocznie po zaistnieniu zdarzenia.
8. Zgodność z zasadami etyki i prawa:
- publikowane materiały powinny powstać z poszanowaniem prawa autorskiego oraz przepisów o ochronie danych osobowych (RODO);
 - należy unikać treści dyskryminujących, politycznych, komercyjnych;
 - istotna jest dbałość o prawdziwość cytatów i źródeł;
 - zaleca się zachowanie neutralności światopoglądowej i politycznej.
9. Spójność wizualna i identyfikacyjna:
- zaleca się stosowanie jednolitej identyfikacji wizualnej (logo, kolorystyka, szablony dokumentów zatwierdzone przez bibliotekę);
 - wymagana jest zgodność z księgą znaku i wytycznymi graficznymi instytucji, jeśli takie posiada;
 - rekomenduje się utrzymywanie rozpoznawalnego stylu komunikacji biblioteki.

Etapy działań rzecznika prasowego biblioteki w procesie komunikowania:

1. Analiza sytuacji komunikacyjnej:
- obserwacja wydarzeń, inicjatyw i obszarów aktywności biblioteki;
 - ocena, które informacje mają znaczenie dla publiczności i mogą zainteresować media lub użytkowników;
 - selekcja tematów istotnych z punktu widzenia wizerunku instytucji.

2. Wybór kanału komunikacji i opracowanie komunikatu:

- wybór najbardziej odpowiedniego kanału przekazu:
 - komunikat prasowy,
 - briefing lub konferencja prasowa,
 - strona internetowa biblioteki,
 - media społecznościowe,
 - newsletter,
 - kontakt telefoniczny lub mailowy z dziennikarzem
 - inne;
- przygotowanie zrozumiałego, rzetelnego i zgodnego z zasadami etyki materiału informacyjnego;
- dostosowanie formy komunikatu do charakteru kanału (np. krótki tekst uzupełniony fotografią do mediów społecznościowych, dłuższy artykuł na stronę internetową biblioteki);
- dopasowanie języka, charakteru i tonu komunikatu do specyfiki odbiorców (grupy docelowej);
- uzyskanie akceptacji kierownictwa dla treści komunikatu (w razie potrzeby).

3. Przekazanie informacji:

- wysłanie komunikatu do mediów;
- publikacja informacji na stronie biblioteki lub w mediach społecznościowych;
- organizacja konferencji lub spotkania prasowego;
- udzielenie wypowiedzi lub komentarza dziennikarzom;
- przygotowanie newslettera lub innych materiałów informacyjnych.

4. Monitorowanie odbioru informacji:

- śledzenie publikacji medialnych i reakcji dziennikarzy na przekazane informacje;
- analiza, jak komunikat został zrozumiany i przedstawiony przez media;
- rejestrowanie opinii, komentarzy i reakcji użytkowników.

5. Reakcja na informacje zwrotne:

- udzielanie odpowiedzi na pytania lub sprostowania w razie nieścisłości;
- doprecyzowanie przekazu, jeśli został źle zinterpretowany;
- uzupełnienie informacji w kolejnych komunikatach.

6. Utrzymywanie relacji:

- podtrzymywanie kontaktu z dziennikarzami i redakcjami;
- budowanie zaufania opartego na wiarygodności i dostępności;
- przygotowanie dalszych materiałów w oparciu o obserwację zainteresowania mediów, czytelników bądź innych grup odbiorców komunikatu.

7. Dokumentacja działań komunikacyjnych:

- archiwizowanie wysłanych komunikatów, publikacji i relacji medialnych;
- tworzenie bazy kontaktów z mediami i kalendarium wydarzeń;
- sporządzenie dla kierownictwa biblioteki raportu z działań informacyjnych.

Ograniczenia i trudności w pracy rzecznika prasowego biblioteki:

- instytucjonalne (biurokracja, brak strategii komunikacyjnej, niejednoznaczny zakres obowiązków rzecznika);
- finansowe (brak lub ograniczone środki na promocję, w tym na profesjonalne kampanie medialne, materiały, opracowania, limitowane możliwości wykorzystywania nowoczesnych narzędzi – systemów monitoringu mediów, oprogramowania wspierającego działania PR itp.);
- prawne (ograniczające regulacje i zalecenia, np. zakaz publikowania fotografii promujących wydarzenia realizowane bibliotece wynikający z zasad ochrony wizerunku);
- medialne (małe zainteresowanie ze strony mediów sprawami książki i bibliotek, konieczność rywalizowania o uwagę dziennikarzy z atrakcyjniejszymi/bardziej medialnymi/spektakularnymi tematami, brak stałych relacji z redakcjami);
- wewnętrzne (słaby przepływ informacji, np. między kierownictwem a pracownikami, pomiędzy działami, filiami itp., sprzeczne decyzje i oświadczenia wynikające ze złej komunikacji wewnętrznej, opór ze strony personelu i/lub kadry kierowniczej wobec upubliczniania niektórych działań biblioteki, brak jednolitego stanowiska w sytuacjach kryzysowych);
- społeczne (niska świadomość roli bibliotek w społeczeństwie i niewielkie zainteresowanie ich działalnością, stereotypowe postrzeganie tych instytucji jako mało dynamicznych i innowacyjnych, ograniczony wpływ bibliotek na kształtowanie opinii publicznej, trudności w docieraniu do niektórych grup potencjalnych odbiorców usług bibliotecznych);
- organizacyjne (łączenie przez rzecznika wielu obowiązków i funkcji, np. realizowanie dodatkowo zadań promocji, organizacji eventów bibliotecznych czy obsługi użytkowników, duża liczba bieżących zadań, ograniczająca możliwość długofalowego planowania);
- czasowe (presja czasu niosąca ryzyko błędów – konieczność szybkiego reagowania na zapytania medialne związana z ryzykiem pomyłek, nieścisłości lub udzielenia przedwczesnych informacji, problem z utrzymaniem spójności przekazu w dynamicznym środowisku informacyjnym, wyzwania związane z sytuacjami kryzysowymi wymagającymi natychmiastowych reakcji, w tym ryzyko niekontrolowanego obiegu informacji).

Różnice między rzecznikiem prasowym a specjalistą PR

- rzecznik prasowy koncentruje się przede wszystkim na przekazywaniu informacji mediom i opinii publicznej, natomiast specjalista PR w większym stopniu planuje i realizuje strategię komunikacyjną biblioteki;

- rzecznik działa głównie reaktywnie – odpowiada na pytania i reaguje na wydarzenia; specjalista PR działa proaktywnie – inicjuje działania i kampanie wizerunkowe;
- rzecznik przekazuje fakty, decyzje i oficjalne stanowiska, podczas gdy specjalista PR kształtuje narrację, emocjonalny odbiór i tożsamość instytucji;
- rzecznik utrzymuje bieżący kontakt z mediami, organizuje briefingi i przygotowuje oświadczenia; specjalista PR planuje i koordynuje długofalowe działania promocyjne;
- rzecznik pełni funkcję przedstawiciela kierownictwa biblioteki, a specjalista PR – doradcy i realizatora strategii komunikacyjnej;
- rzecznik działa przede wszystkim w sferze komunikacji zewnętrznej, natomiast specjalista PR zajmuje się zarówno komunikacją zewnętrzną, jak i wewnętrzną;
- praca rzecznika ma głównie charakter krótkoterminowy i zadaniowy, a praca specjalisty PR – planowy i długofalowy;
- rzecznik skupia się na prawidłowym przepływie odpowiednich informacji, natomiast specjalista PR koncentruje się w większym stopniu na budowaniu relacji;
- najważniejsze kompetencje rzecznika to umiejętność wystąpień publicznych, przygotowywania materiałów informacyjnych, odpowiadania na zapytania mediów oraz znajomość prawa prasowego i samej biblioteki; specjalista PR powinien wyróżniać się przede wszystkim kreatywnością, umiejętnością nawiązywania długoterminowych relacji, planowania strategicznego i znajomością narzędzi promocji;
- rzecznik odpowiada za oficjalne wypowiedzi i stanowiska instytucji, a specjalista PR za spójność i skuteczność przekazu wizerunkowego;
- rzecznik biblioteki informuje media i opinię publiczną o jej działalności, natomiast specjalista PR kształtuje pozytywny obraz instytucji w środowisku lokalnym i ponadlokalnym oraz w Internecie, stosując w tym celu szeroką gamę narzędzi z obszaru marketingu;
- rzecznik działa „na pierwszej linii komunikacji” – jest twarzą biblioteki, natomiast specjalista PR pracuje raczej w tle, tworząc strategię i narzędzia komunikacji;
- obie funkcje są komplementarne – rzecznik komunikuje, a specjalista PR kreuje wizerunek, w mniejszych bibliotekach role te często łączy jedna osoba, co wymaga szerokich kompetencji komunikacyjnych i organizacyjnych.

Literatura przedmiotu:

1. DOMAŃSKA Katarzyna. Rola rzecznika prasowego biblioteki. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2023, s. 880–898. ISBN 978-83-89316-82-0.
2. GROMOW Natalia. *Rzecznictwo – narzędzie budowania wizerunku biblioteki i relacji z organizatorem i społecznością lokalną* [Dokument elektroniczny]. 19.07.2023. Tryb dostępu: <https://nprcz.pl/news/organizacja-eventu-w-bibliotece-krok-po-kroku-2>. Stan z dnia 22.10.2025.
3. 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. *Zarządzanie Biblioteką*. 2015, nr 1, s. 152–153. ISSN 2081-1004.
4. SZCZEPANIAK Renata. Czy w bibliotece potrzebny jest rzecznik prasowy? Na pod stawie doświadczeń polskich i niemieckich. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing biblioteczny. Rozważania, dyskusje, konteksty*. Gdańsk: Ateneum – Szkoła Wyższa, 2007, s. 43–49. ISBN 978-83-61079-002.
5. WITEK Jadwiga. Akademicka księżnica w otoczeniu społecznym – budowanie relacji poprzez działania public relations. In KYCLER Maria, PAWELEC Dariusz, WARZĄCHOWSKA Bogumiła (red.). *Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego w pięćdziesięciolecie istnienia*. Katowice: Oficyna Wydawnicza Wacław Walasek, 2018, s. 267–287. ISBN 978-83-6569-458-4.
6. WOJCIECHOWSKA Maja. Media relations jako forma komunikacji marketingowej biblioteki. *Toruńskie Studia Bibliologiczne*. 2009, nr 2, s. 81–91. ISSN 2080-1807.
7. WOJCIECHOWSKA Maja. *Spółeczne komunikowanie się biblioteki z otoczeniem. Istota, cele i zasady bibliotecznego PR*. In ANTCZAK-SABALA Beata, KOWALSKA Małgorzata, TKACZYK Lucyna (red.). *Przestrzeń informacyjna biblioteki akademickiej: tradycja i nowoczesność*. Toruń: Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu, 2009, s. 267–279. ISBN 978-83-923607-6-6.