

Nr 1(15)2023

ZARZĄDZANIE BIBLIOTEKA

Library Management



ISSN 2081-1004

Komisja Zarządzania i Marketingu
Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich

ZARZĄDZANIE BIBLIOTEKĄ

LIBRARY MANAGEMENT

NR I(I5)2023

GDAŃSK 2024

RADA NAUKOWA

prof. dr hab. Wiesław Babik
prof. dr hab. Ewa Głowacka
prof. dr hab. Elżbieta Gondk
prof. dr hab. Marian Huczek
dr Joanna Kamińska
dr Anthi Katsirikou
prof. ucz. dr hab. Małgorzata Derkacz
dr Stefan Kubów
prof. ucz. dr hab. Stanisława Kurek-Kokocińska
prof. Soňa Makulová
prof. ucz. dr hab. Katarzyna Materska
prof. ucz. dr hab. Diana Pietruch-Reizes
dr hab. Jadwiga Sadowska
prof. dr hab. Irena Socha
prof. Aľa Solanyk
prof. Jela Steinerová
prof. Jaroslav Šušol
prof. dr hab. Marzena Świgoń
prof. dr hab. Elżbieta Barbara Zyberty
dr Beata Żołędowska-Król

REDAKTOR NACZELNA

prof. ucz. dr hab. Maja Wojciechowska

REDAKTOR JĘZYKOWA

dr Hanna Grabowska-Maciejewska

SEKRETARZ REDAKCJI

dr Magdalena Cyrklaff-Gorczyca

ISSN 2081-1004

ADRES REDAKCJI

Uniwersytet Gdański, ul. Wita Stwosza 55, 80-952 Gdańsk, p. 3.37

WYDAWCA

Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Gdańskiego
Oficyna Wydawnicza Edward Mitek

Czasopismo recenzowane

Wykaz recenzentów znajduje się na stronie czasopisma

„Zarządzanie Biblioteką” znajduje się na liście czasopism
punktowanych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego

*Oddawany do rąk Czytelników numer „Zarządzania Biblioteką”
poświęcamy pamięci prof. dr hab. Mariana Huczka,
wieloletniego członka naszej redakcji, badacza, nauczyciela, mentora,
któremu zawsze bliskie były biblioteki*

SPIS TREŚCI

BADANIA I WIZJE

Małgorzata Bródka

Klientocentryczność i podejście relacyjne – komplementarność zagadnień w procesie dialogu z interesariuszami bibliotek 11

Wojciech Kamiński

Cyberkultura a biblioteki. Badanie trendów naukowych w zakresie wykorzystania memów w real-time marketingu – analiza bibliometryczna 25

Krystyna Hudzik

Public relations – etyka – dobro wspólne 39

Alicja Biegalska

Internet a zmiany w komunikacji językowej. Przyczynek do zagadnienia 53

Jolanta Laskowska

Integracja międzykulturowa w bibliotekach gdańskich – przykłady działań i strategii 65

Oliwia Janica

Oddziaływanie środowiska zewnętrznego na rozwój czytelnicy dzieci. Perspektywa roli bibliotek w erze mediów społecznościowych 75

Antonina Seroka

Wędrownka po świecie wyobraźni – geneza i ewolucja literatury fantastycznej w kontekście projektowania oferty usługowej bibliotek 101

Ewelina Troka

Romans w bibliotece: możliwości wykorzystania literatury popularnej w kreowaniu usług dla czytelników. Zarys historii romansu 121

BIBLIOTEKI I BIBLIOTEKARZE ZA GRANICĄ

Olutoyin Olukemi Oso

User satisfaction as correlate of perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria 147

Marcin Pędich An intercultural analysis of library buildings in Galwey County, Ireland	163
--	-----

Alejandra Bautista Ortiz Rola dyplomacji kulturalnej w promocji państwa i rozwijaniu stosunków międzynarodowych	195
---	-----

Z WARSZTATU BIBLIOTEKARZA

<i>Event marketing</i> jako forma promocji biblioteki i czytelnictwa	217
– <i>opracowanie Maja Wojciechowska</i>	

WYWIADY

W stronę efektywnej komunikacji i inkluzywnego współdziałania z różnorodnymi czytelnikami – rozmowa z dr Magdaleną Cyrklaff-Gorczycą	227
– <i>poprowadziła Maja Wojciechowska</i>	

PRZEGLĄD LITERATURY

Publikacje polskie	233
– <i>wybór i opracowanie Bożena Bogdańska</i>	
Publikacje zagraniczne	237
– <i>wybór i opracowanie Bożena Bogdańska</i>	

SPOTKANIA NAUKOWE

Konferencje i seminaria polskie	243
– <i>opracowanie Jolanta Laskowska</i>	
Konferencje zagraniczne	245
– <i>opracowanie Jolanta Laskowska</i>	

TABLE OF CONTENTS

RESEARCH AND VISIONS

Małgorzata Bródka

Client-centricity and relational approach – complementarity of concepts
in the proof dialogue with library stakeholders 11

Wojciech Kamiński

Cyberculture and libraries. A study of scientific trends in the use of memes
in real-time marketing – a bibliometric analysis25

Krystyna Hudzik

Public relations – ethics – common good39

Alicja Biegalska

Internet and changes in linguistic communication. A contribution to the topic 53

Jolanta Laskowska

Intercultural integration in Gdańsk Libraries – examples of actions and strategies 65

Oliwia Janica

The impact of the external environment on children's reading development.
The role of libraries in the age of social media 75

Antonina Seroka

Journey through the world of imagination – the genesis and evolution
of fantasy literature in the context of library service design 101

Ewelina Troka

Romance in the library: opportunities for utilizing popular literature in shaping
services for readers. An overview of the history of romance novels 121

LIBRARIES AND LIBRARIANS ABROAD

Olutoyin Olukemi Oso

User satisfaction as correlate of perceived librarians' image
in private universities in South-west Nigeria 147

Marcin Pędich An intercultural analysis of library buildings in Galwey County, Ireland	163
--	-----

Alejandra Bautista Ortiz The role of cultural diplomacy in promoting a country and developing international relations	195
---	-----

THE LIBRARIAN'S PRACTICAL EXPERIENCE

Event marketing as a form of library and reading promotion	217
– <i>by Maja Wojciechowska</i>	

INTERVIEWS

Towards effective communication and inclusive collaboration with diverse readers – an interview with Ph.D. scholar Magdalena Cyrklaff-Gorczyca	227
– <i>by Maja Wojciechowska</i>	

LITERATURE SURVEY

Polish publications	233
– <i>selected and edited by Bożena Bogdańska</i>	
Foreign publications	237
– <i>selected and edited by Bożena Bogdańska</i>	

SCIENTIFIC EVENTS

Polish seminars and conferences	243
– <i>selected and edited by Jolanta Laskowska</i>	
Foreign conferences	245
– <i>selected and edited by Jolanta Laskowska</i>	

Badania i wizje

Małgorzata Bródka

Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu
mabro@amu.edu.pl

Klientocentryczność i podejście relacyjne – komplementarność zagadnień w procesie dialogu z interesariuszami bibliotek

Słowa kluczowe: klientocentryczność, podejście relacyjne, nurt relacyjny, komplementarność, interesariusze bibliotek, użytkownicy bibliotek

Abstrakt: Artykuł opiera się na założeniu, że elementami podejścia do zarządzania biblioteką opartego na relacjach jest z jednej strony interesariusz, a ściślej – użytkownik biblioteki wraz ze swoimi potrzebami, które determinują klientocentryczność księżnicy; z drugiej procesy wynikające z podejścia relacyjnego do zarządzania księżnicą. Celem rozważań jest uwypuklenie powiązań i elementów wspólnych pomiędzy podejściem klientocentrycznym a nurtem relacyjnym w bibliotece, które prowadzą do komplementarności obu zagadnień.

Keywords: client-centricity, relational approach, relational trend, complementarity, library stakeholders, library users

Abstract: The article is based on the foundation that the core elements of a relationship-based approach to library management involve, on one hand, the stakeholder – specifically the library user and their needs, which drive the client-centric focus of the institution; and on the other hand, the processes derived from a relational approach to library management. The aim of this discussion is to highlight the connections and common elements between client-centricity and the relational trend in libraries, which together contribute to the complementarity of these two concepts.

W teoretycznym i praktycznym aspekcie powiązań współczesnych księżnic z otoczeniem od wielu lat wiodącym podejściem jest nastawienie na potrzeby interesariuszy oraz ściślej – na potrzeby użytkowników. Przyczyną rozwoju powyższego kierunku działań była zmiana w postrzeganiu biblioteki jako organizacji. W obliczu transformacji otoczenia dotychczasowa działalność księżnicy oparta na przekonaniu, że w centrum organizacji procesów powinien znajdować się księgozbiór, okazała się niewystarczająca. W wyniku stopniowej zmiany paradygmatu zarządzania biblioteką kluczowa stała się koncentracja uwagi na odbiorcach oferty bibliotecznej. Z czasem pojęcie interesariusza stało się elementem teorii interesariuszy, a użytkownika – częścią nurtu klientocentrycznego. Tym samym została poszerzona perspektywa postrzegania księżnicy o jej interpretację, jako instytucji aktywnej w otoczeniu. Efektem tej zmiany było wyznaczenie nowego kierunku rozwoju, który

uwzględniał środowisko poza nią, a tym samym pozwalał ją charakteryzować z punktu widzenia systemu otwartego. Oznaczało to z jednej strony szansę na dokonanie zmian pod wpływem czynników zewnętrznych, z drugiej – skłaniało do rewizji dotychczas ustalonych zasad organizacji i przebiegu procesów.

Koncepcja otoczenia pozaorganizacyjnego złożonego z różnego typu interesariuszy ewoluowała w stronę procesów skoncentrowanych na odbiorcy oferty i usług. Wspomniana zmiana perspektywy początkowo konotowała oddziaływanie każdej ze stron na drugą, a później również interakcje. W efekcie kontaktu biblioteki z otoczeniem pozaorganizacyjnym następowało nawiązanie kontaktu, prowadzące do systemowej współpracy w ramach relacji. Podejście relacyjne najczęściej i najefektywniej jest stosowane w bibliotekach, które włączają je do swojej strategii zarządzania, zaś najlepsze efekty osiągane są, jeśli powyższy kierunek działań jest traktowany jako postępowanie świadome i długoterminowe.

Popularność podejścia relacyjnego w kontekście związków bibliotek z otoczeniem zewnętrznym została odzwierciedlona w literaturze naukowej. Można w niej wskazać między innymi na prace Ewy Głowackiej o społecznym i ekonomicznym oddziaływaniu bibliotek akademickich na otoczenie [16], Lidii Derfert-Wolf o podobnej tematyce [5; 6; 7], Mai Wojciechowskiej o public relations jako formie nawiązywania przez bibliotekę relacji z otoczeniem zewnętrznym [36; 37] czy Małgorzaty Kisilowskiej-Szurmińskiej o marketingu relacji [22]. Z kolei w literaturze anglojęzycznej pojawił się ciekawy temat barier w zarządzaniu relacjami z klientem biblioteki [1]. Problematyka relacji zewnętrznych to oczywiście nie tylko bezpośrednie odwołania do relacji, ale także szereg powiązanych zakresów problemowych. Przykładowo badacze analizują temat zarządzania wiedzą klientów i lojalności [38; 40] czy działań crowdsourcingowych wspomagających zarządzanie relacjami [10]. Zakres obszarów badawczych, kontekstów oraz interpretacji podejścia relacyjnego obecnych w literaturze naukowej wskazuje na dużą kreatywność autorów w tym zakresie. Również Marian Huczek kontekstem dla rozważań o bibliotece jako organizacji uczynił związki pomiędzy księżnicą a otoczeniem, podkreślając konieczność zrozumienia przez księżnice podstawowych elementów ich otoczenia i nieustannego monitorowania jego zmienności. Badacz wpisał się tym samym w pogląd o zależności przyszłości księżnicy od reagowania na zjawiska zachodzące w środowisku zewnętrznym [18].

Poniższy artykuł opiera się na założeniu, że elementami podejścia opartego na relacjach jest z jednej strony interesariusz, a ściślej użytkownik biblioteki wraz ze swoimi potrzebami, które determinują klientocentryczność księżnicy; z drugiej – procesy wynikające z podejścia relacyjnego do zarządzania księżnicą. Celem rozważań jest uwypuklenie powiązań i elementów wspólnych pomiędzy podejściem klientocentrycznym a nurtem relacyjnym w bibliotece, które prowadzą do komplementarności obu zagadnień.

Komplementarność w znaczeniu ekonomicznym oznacza uzupełnianie się, dopełnianie [33, s. 7]. Pojęcie to, podobnie jak inne zagadnienia oparte na porównywalności (nie-współmierność i sprzeczność), można wyodrębnić w trzech podstawowych dla zarządzania bibliotekami obszarach: metodologicznym, pojęciowym i procesowym. Łukasz Sułkowski, opierając się na tezach Thomasa Kuhna, dodaje do tej typologii percepcje, które należy rozumieć jako konsekwencja wyboru danej metodologii [33, s. 6]. W jej obrębie

postrzeganie danego zjawiska czy elementu powinno być tożsame. Gdyby jednak analizować te same zjawiska za pomocą sprzecznych podejść badawczych, będą one interpretowane inaczej. W podejściu relacyjnym zbliżona lub tożsama interpretacja pojęć i zjawisk przez obie strony relacji jest konsekwencją przyjęcia jednej metody badawczej.

Związki teorii interesariuszy, klientocentryczności i podejścia relacyjnego są widoczne już podczas ich ogólnej charakterystyki. Po pierwsze, odnoszą się do tego samego pola badawczego dotyczącego relacji i interesariuszy. Po drugie, koncepcje te wpływają na zrozumienie mechanizmów podejścia relacyjnego – nieuwzględnienie którejs z nich mogłoby wpłynąć na zubożenie charakterystyki związanych z nimi elementów. Po trzecie, w ten sam sposób interpretują one zjawiska, czyli przyczyniają się do tworzenia komplementarności percepcji. Zarówno w teorii interesariuszy, nuncie klientocentrycznym, jak i w podejściu relacyjnym w ten sam sposób co do znaczenia, roli i uczestnictwa w procesach, są interpretowane pojęcia interesariusza, klienta oraz relacji. Koncepcje te są zatem komplementarne metodologicznie. W perspektywie szczegółowej powiązania zachodzą na poziomie korepondencji poszczególnych komponentów w ramach omawianych podejść.

Pojęcie interesariuszy użyte po raz pierwszy w memorandum The Stanford Research Institute oznacza „te grupy, bez których wsparcia organizacja nie mogłaby funkcjonować” [13, s. 89]. Według Bożeny Jaskowskiej są to „grupy lub osoby bezpośrednio zainteresowane działalnością organizacji w jej dążeniach do osiągnięcia celów” [35, s. 88]. Zdaniem badaczki, do interesariuszy zewnętrznych bibliotek należą:

- użytkownicy;
- dostawcy zasobów i sprzętu;
- władze i instytucje państwowe kształtujące środowisko polityczno-gospodarczo-prawne, związki zawodowe, stowarzyszenia branżowe, instytucje zwierzchnie lub współpracujące;
- media, inne biblioteki i placówki oświatowo-kulturowe [35, s. 88].

Marian Huczek dokonał z kolei podziału interesariuszy jako elementów otoczenia ze względu na stopień bliskości relacji z książnicami, co przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Komponenty otoczenia biblioteki

OTOCZENIE BIBLIOTEKI	
Otoczenie zewnętrzne bliższe (organizacje, grupy, jednostki – interesariusze)	Wymiary otoczenia zewnętrznego dalszego
<ul style="list-style-type: none"> • <i>użytkownicy</i> • <i>dostawcy TAB – środki</i> • <i>pośrednicy</i> • <i>konkurenci</i> • <i>partnerzy</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ekonomiczny</i> • <i>technologiczny</i> • <i>polityczno-prawny</i> • <i>socjo-kulturowy</i> • <i>międzynarodowy</i>

Źródło: opracowanie własne na podstawie HUCZEK Marian. *Marketing organizacji non profit*. Sosnowiec, 2003, s. 113.

Zainteresowanie badawcze pojęciem interesariusza ulegało stopniowej ewolucji, której jednym z pierwszych etapów była debata Adolfa Augustusa Berle Jr. z E. Merrickiem Doddem Jr. w latach 30. XX w. Dotyczyła ona związków pomiędzy ówczesnym przedsiębiorstwem a własnością prywatną [2]. Jej podstawowym efektem było uwzględnienie w funkcjonowaniu organizacji jej społecznej roli, czyli wpływu na otoczenie i dbałości o korzyści dla interesariuszy [24, s. 1146]. Współcześnie powyższe procesy będące elementami teorii interesariuszy określane są jako społeczna odpowiedzialność organizacji, która realizowana jest również przez biblioteki. W praktyce koncepcja ta jest odzwierciedlana przez wpływ działań bibliotekarzy na interesariuszy zewnętrznych, za pośrednictwem którego realizuje się globalne oddziaływanie księżnic na społeczeństwo. Zostało ono szczególnie spopularyzowane w kontekście funkcjonowania bibliotek publicznych [21; 27]. Badania przeprowadzone przez Magdalenę Paul wskazują na wartość dodaną, wynikającą z korzystania z bibliotek publicznych, co ilustruje tabela 2.

Tabela 2. Korzyści wynikające z korzystania z bibliotek publicznych

Korzyści wynikające z korzystania z bibliotek publicznych
<ul style="list-style-type: none"> • znalezienie interesującej informacji i pogłębienie wiedzy • możliwość skorzystania z materiałów nigdzie indziej niedostępnych i bez opłat • odpoczynek, odstresowanie się, rozrywka, relaks, przyjemność • zdobycie nowych umiejętności • wymiana doświadczeń

Źródło: PAUL Magdalena. *Wpływ społeczny bibliotek publicznych. Na przykładach inicjatywy bibliotecznej „Wykielkuj na rynku pracy” oraz korzystania z mazowieckich bibliotek publicznych* [Rozprawa doktorska]. Warszawa, 2018, s. 235.

Badacze dostrzegają również uniwersalne rezultaty wpływu księżnic na otoczenie, niezależnie od ich typów. Pisze o nich Ewa Głowacka, biorąc pod uwagę dwie perspektywy: oddziaływanie na osoby oraz wpływ na instytucje i społeczność [16, s. 26], co zaprezentowano w tabeli 3.

Tabela 3. Rezultaty wpływu bibliotek na otoczenie. Perspektywa indywidualna i ogólna

Efekty wpływu bibliotek na pojedyncze osoby	Efekty wpływu bibliotek na instytucje i społeczność (miasta, regiony, uczelnie)
<ul style="list-style-type: none"> • zmiany w umiejętnościach, kompetencjach, nastawieniach i zachowaniu • większe osiągnięcia w badaniach, studiowaniu i karierze zawodowej • kształtowanie dobrostanu jednostki (biblioteka zapewnia komfort pracy i wypoczynku, jest miejscem spotkań i komunikacji, wzmacnia poczucie przynależności do społeczności lokalnej) 	<ul style="list-style-type: none"> • większy prestiż instytucji nadrzędnej (uczelni) • lepsze postrzeganie biblioteki przez instytucje z jej otoczenia • wzrost finansowania, darowizn, grantów • przyciąganie do współpracy nowych instytucji i organizacji

Źródło: GŁOWACKA Ewa. Badania społecznego i ekonomicznego oddziaływania bibliotek akademickich. Obszary, projekty, metody. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie jakością w bibliotece*. Warszawa, 2017, s. 26.

Kolejna perspektywa związana z wpływem na otoczenie, dotyczy obszaru funkcjonowania bibliotek szkół wyższych. Lidia Derfert-Wolf, podobnie jak Ewa Głowacka, obrazuje oddziaływanie bibliotek na przykładzie korzyści indywidualnych i grupowych, co pokazano w tabeli 4.

Tabela 4. Rezultaty oddziaływania bibliotek szkół wyższych na jednostkę i uczelnię

Efekty wpływu na jednostkę – zmiany i korzyści	Efekty wpływu na uczelnię
<ul style="list-style-type: none"> • wzrost umiejętności użytkowników • zmiany postaw i zachowań • polepszenie samopoczucia (sprzyjająca temu biblioteka jako miejsce) • odnoszenie sukcesów w prowadzeniu badań, studiowaniu i kształceniu lub w karierze • zawodowej • krótszy czas trwania studiów, wysokie oceny • z egzaminów, utrzymywanie liczby studentów, znaczny odsetek zatrudnienia po ukończeniu • studiów czy wysoka jakość publikacji 	<ul style="list-style-type: none"> • wzrost prestiżu uczelni • lepsze miejsce w rankingach • lepszy wizerunek biblioteki • i uczelni wśród społeczności • zwiększenie finansowania • ze strony organizatora • czy grantodawców • przyciąganie najlepszych • naukowców i studentów

Źródło: DERFERT-WOLF Lidia. Misja wspierania nauki a misja społeczna bibliotek szkół wyższych – relacje i znaczenie w świetle badań funkcjonalności i wpływu. In JAZDON Krystyna (red.). *Biblioteka naukowa: czy jeszcze naukowa?* Poznań, 2018, s. 29–43.

Wpływ bibliotek na interesariuszy wiąże się z zasadą komplementarności przez zsynchronizowanie oddziaływania księżnic na użytkowników, z efektem w postaci pozyskiwania pożądaných przez tych drugich korzyści. Zwraca jednocześnie uwagę na komplementarność metodologiczną w postaci połączenia koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji z nurtem relacyjnym; w tym wypadku procesem wpływu na użytkowników.

Zgodnie z interpretacją „teorii interesariuszy”, przedstawionej przez Roberta E. Freemana, już decyzja o nawiązaniu relacji implikuje zjawisko komplementarności pojęciowej w postaci pytań: *Jaki jest cel działań?* oraz *Jaka jest odpowiedzialność stron uczestniczących w dialogu wobec interesariuszy?* [15, s. 364]. Są to pytania o sens wspólnych wartości, jakie tworzą strony relacji, i o to, jakie cele łączą głównych interesariuszy. Jeśli wartości i cele są zbliżone lub tożsame, mogą one prowadzić do nawiązania relacji. Można wówczas również mówić o ich komplementarności albo spójności [32].

Konsekwencją nawiązania odpowiedniego typu relacji są ponadprzeciętne korzyści. Na przykład zarówno dla biblioteki akademickiej, jak i dostawców źródeł informacji, kluczowe będzie dostarczenie na czas wysokiej jakości produktów w cenie korzystnej dla negocjujących stron. Wartość wynikająca ze spójności założeń będzie odzwierciedlona w zrealizowaniu celu bezpośredniego – dostawy źródeł informacji – oraz pośredniego, jakim stanie się zadowolenie użytkownika. W tym wypadku potrzeby księżnicy okazują się komplementarne z ofertą proponowaną przez dostawców.

W odróżnieniu od interpretacji zagadnień związanych z interesariuszem we wspomnianej debacie z lat 30. XX w., zgodnie z którą stroną oddziałującą są biblioteki, teoria Freemana podkreśla, iż najistotniejsze są interakcje z interesariuszami księżnic. Opierają się

one na dwustronnym dialogu, który kształtuje strategię zarządzania organizacją [32; 14]. Powinien on być ciągły, uwzględniać oczekiwania interesariuszy i dawać im poczucie siły negocjacyjnej. Ma on też wypływać z inicjatywy księżnic, a nie ograniczać się do prostej reakcji na sygnały płynące z otoczenia [32]. Jego podstawą jest zatem komplementarność komunikacyjna, która oznacza dwustronny i symetryczny dialog. Może do niej dojść wskutek porozumienia wynikającego z podzielenia podobnych zasad lub wartości, wynikających z tego samego paradygmatu etycznego [15].

W zakresie podzielenia wartości, teoria interesariuszy koresponduje metodologicznie z marketingiem wartości. Podobnie jak teoria interesariuszy uznaje wartości za punkt wspólny rozpoczęcia dialogu i relacji, marketing wartości uznaje je za źródło realizacji wspólnych celów interesariuszy i bibliotek [26, s. 623]. Co więcej, współcześnie etyczny wymiar działalności bibliotek przybiera między innymi formę dbałości o zrównoważone relacje, które oznaczają partnerstwo, porównywalny wysiłek wkładany w nawiązywanie i rozwój relacji, równy dostęp do zasobów, wzajemną lojalność, dbałość o dynamikę powiązań, dobrą komunikację i wzajemne zaufanie prowadzące do wypracowania komplementarnych celów. O ile w relacjach bibliotek publicznych z interesariuszami będzie to przede wszystkim korzyść społeczna, w przypadku księżnic akademickich może się nią stać wartość naukowa.

Jedną z wartości dodanych wynikających z interakcji jest wiedza. Jak pisze Beata Żołędowska-Król, relacje są podstawą transferu wiedzy własnej z zewnętrzną, dzięki czemu może zajść konwersja wiedzy i wykreowanie nowych jej zasobów [40, s. 221]. Można mówić przy tym o różnych typach wiedzy, ponieważ w grupie interesariuszy znajdują się rozmaite podmioty indywidualne lub instytucjonalne. Biorąc pod uwagę użytkowników, badacze wyodrębniają:

1. Wiedzę dla użytkowników – wymagana, aby biblioteka mogła spełnić potrzeby informacyjne użytkowników, a tym samym prowadzić swoją działalność statutową.
2. Wiedzę o użytkownikach – gromadzona, aby poznać opinie, oczekiwania i potrzeby użytkowników wobec biblioteki.
3. Wiedzę użytkowników – wiedza użytkowników o bibliotece i jej działalności. Ten rodzaj wiedzy może być gromadzony w celu ciągłego doskonalenia usług bibliotecznych [40, s. 221].

Z perspektywy teorii interesariuszy komplementarność procesowa, czyli uzupełnianie się wpływu i uzyskiwania pożądaných efektów poprzez zawieranie relacji, łączy się z komplementarnością celów stron dialogu w różnych obszarach działalności (rys. 1). Na przykład dla bibliotek celem jest wsparcie użytkowników, dla użytkowników – zaspokojenie potrzeb edukacyjnych, kulturalnych czy informacyjnych.

Rysunek 1. Komplementarność metodologiczna, pojęciowa i procesowa z punktu widzenia teorii interesariuszy



Źródło: opracowanie własne na podstawie DAHLSTRUD Alexander. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2008, nr 1, s. 1–13.

Obecna w analizie działalności organizacji tendencja do skupiania uwagi na kluczowych klientach skutkowałą pojawieniem się podejścia klientocentrycznego. Pojęcie klientocentryczności zostało po raz pierwszy użyte w 1960 r. przez Lestera Wundermana, który był pionierem komunikacji bezpośredniej z klientami [17, s. 54]. Jest to strategia, która polega na całkowitym dostosowaniu produktów i usług instytucji do potrzeb jej najcenniejszych klientów. Strategia ta ma konkretny cel: większe korzyści w dłuższej perspektywie [11, s. 9]. Podstawą wdrożenia klientocentryczności jest zidentyfikowanie najistotniejszych klientów z punktu widzenia osiągania przyszłych korzyści [11, s. 10]. W tym kontekście w bibliotekach akademickich przeważa dążenie do wsłuchiwania się w potrzeby naukowe na gruncie łączenia ich z nowoczesną technologią, na przykład dostęp do literatury naukowej w wersji elektronicznej, oraz poprzez podejście tradycyjne, na przykład zakup najnowszych podręczników na podstawie analizy sylabusów oraz zgłoszeń użytkowników. Obecnie zainteresowanie użytkownikiem przejawia się w większości aspektów funkcjonowania ksiąźnicy, a wdrożenie klientocentryczności wykazuje komplementarność metodologiczną, pojęciową i procesową z podejściem relacyjnym oraz nowoczesnymi koncepcjami marketingowymi. Nie mamy już do czynienia tylko z bierną obecnością adresatów oferty i usług w relacjach z ksiąźnicą.

W procesie dalszego rozszerzania koncepcji klientocentryczności coraz istotniejszy okazywał się jej związek z nawiązywaniem i kształtowaniem relacji. Tym razem jednak komplementarność procesowa była interpretowana nie tylko jako wpływ bibliotek na użytkowników, lecz przede wszystkim jako interakcje pomiędzy stronami dialogu. Uwypukliły one zależność realizacji potrzeb użytkowników od procesów zachodzących pomiędzy nimi a biblioteką. Fakt ten skutkowałą zaadaptowaniem w obszarze działalności bibliotecznej marketingu relacji i zarządzania relacjami z klientem jako elementów podejścia relacyjnego.

Podejście relacyjne jest związane z zarządzaniem strategicznym i wyłoniło się oraz zyskało popularność w latach 90. XX w. W 1998 r. Jeffrey H. Dyer i Harbir Singh

w artykule *The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage* postawili tezę, że współpracujące firmy są zdolne do nawiązywania relacji, których efektem może być przewaga konkurencyjna na rynku [9, s. 675]. Z czasem wniosek ten został przeniesiony na różne typy relacji (nie tylko międzyorganizacyjne) i zaczęto dostrzegać wartość materialną i niematerialną wynikającą z ich tworzenia. W zarządzaniu bibliotekami podstawowy element podejścia relacyjnego – relację – można zdefiniować jako „związek, zależności lub stosunek pomiędzy podmiotami lub przedmiotami danego rodzaju [...]”. Wszelkie stosunki rynkowe, w jakie zaangażowana jest świadcząca usługi biblioteka” [35, s. 203]. Natomiast podejście relacyjne to sposób zarządzania biblioteką i organizacja jej działań, w których głównym celem nie jest konkurowanie z innymi organizacjami otoczenia, lecz nastawienie na budowanie długofalowego dialogu w celu uzyskania korzyści dla obu stron [30, s. 252; 31].

Przekonanie o zasadności budowania relacji w firmach komercyjnych wynika głównie z badań empirycznych, które wykazują, iż zdobywanie nowych klientów jest wielokrotnie droższe niż utrzymanie lojalnych nabywców [12, s. 104]. W nurcie relacyjnego zarządzania bibliotekami podkreśla się raczej, że bardziej celowa jest długofalowa relacja z partnerami godnymi zaufania niż kontakt oparty na krótkich, jednorazowych epizodach i częsta zmiana partnerów relacji. Każda rekonfiguracja wymagałaby bowiem ponownego budowania zaufania, które jest kluczowym komponentem trwałych aliansów.

Podejście relacyjne to proces współistnienia i wzajemnych zależności takich elementów, jak:

- relacje wewnątrz bibliotek;
- motywacje bibliotekarzy do nawiązywania relacji zewnętrznych i umiejętne ich budowanie;
- działania skupione na kształtowaniu relacji;
- kreatywna współpraca;
- ocena efektów relacji.

Podejście relacyjne najczęściej i najefektywniej jest stosowane w bibliotekach, które włączają je do swojej strategii zarządzania. Oznacza to, że powyższy kierunek działań jest traktowany jako postępowanie świadome i długoterminowe, a jego wyrazem jest marketing relacji i zarządzanie relacjami z klientem.

Leonard L. Berry uważa, że „marketing relacji to przyciąganie, utrzymywanie, a w organizacjach wielousługowych wzmacnianie relacji z klientami” [3, s. 25]. Według Małgorzaty Kisilowskiej-Szurmińskiej marketing relacji to tworzenie i rozwijanie trwałych, bliskich związków czytelników z biblioteką, których celem – z punktu widzenia instytucji – jest budowanie lojalności klienta i zwiększanie zaufania do instytucji oraz oferowanych przez nią usług [22, s. 343]. Definicję, która uwypukla sposób, w jaki relacje mają być nawiązywane i utrzymywane, podają Maciej Rydel i Sławomir Ronkowski. Zawiera się ona w stwierdzeniu o zależności efektywności działania organizacji od partnerskiego współdziałania stron uczestniczących w relacji [29, s. 5–10]. Natomiast przez zarządzanie relacjami z klientem badacze rozumieją infrastrukturę umożliwiającą określenie i zwiększenie

wartości klientów oraz odpowiednie środki, za których pomocą motywuje się najlepszych klientów do lojalności, czyli ponownych zakupów [8, s. 22]. W kontekście funkcjonowania bibliotek zarządzanie relacjami z klientem należy rozumieć jako indywidualne traktowanie każdego użytkownika oraz utrzymywanie z nim kontaktu poprzez prowadzenie dialogu oraz budowanie relacji [35, s. 270–271].

Efekty podejścia relacyjnego zależą od szeregu szczegółowych komplementarnych procesów i czynników. Należy do nich indywidualne traktowanie każdego użytkownika i budowanie z nim długotrwałych relacji, które skutkują korzyściami dla wszystkich stron dialogu. Jest to odejście od postrzegania użytkowników jako określonej grupy o podobnych cechach [39, s. 147]. Relacje powinny być oparte na satysfakcji i lojalności, przy czym można mówić o satysfakcji transakcyjnej i skumulowanej. Pierwsza z nich wynika z krótkotrwałych doświadczeń użytkownika z biblioteką, natomiast druga postrzegana jest jako trwały stan wynikający z doświadczeń nagromadzonych podczas wielokrotnego kontaktu z biblioteką [39, s. 149]. Dla bibliotek najcenniejsza będzie lojalność użytkownika wynikająca z długofalowego kontaktu z księżnicą, czyli dodatni poziom wierności użytkownika danej bibliotece ukształtowany w dłuższym okresie pod wpływem różnych czynników, w tym satysfakcji [35, s. 123–124]. Według Mai Wojciechowskiej „lojalność klienta, czyli jego «przywiązanie» do dostawcy (sprzedającego), jest wyrazem wzajemnego zrozumienia oraz współpracy pomiędzy nimi” [38, s. 85]. Fakt ten zauważa również Jacek Otto. Zdaniem badacza, miarą efektywności marketingu relacji jest wartość dla klienta, będąca wynikiem nawiązywanych relacji [25, s. 83]. Przy tym uzyskanie efektów pożądaných przez uczestników zaangażowanych w relację nie powinien kończyć ich współpracy, bowiem istotne jest pozostanie aktywną i znaczącą częścią otoczenia.

Zdaniem Magdaleny Kowalskiej-Musiał, więzi oparte na lojalności mają charakter emocjonalny. Wszelkiego rodzaju relacje rynkowe zdefiniowane są w tym przypadku przez atrakcyjność sprzedawcy, jego zaangażowanie i zaufanie, jakim jest darzony [23, s. 17]. Do podobnych wniosków doszła Magdalena Paul, która podkreśla, że im częstsze odwiedziny w bibliotece, będące dla klienta doświadczeniem pozytywnym, stymulowanym przez zachętę i zainteresowanie ze strony pracownika biblioteki, tym większa szansa na pogłębienie więzi i utrzymanie użytkownika [28, s. 355]. Autorka trafnie podkreśla komplementarność pojęć lojalności i marketingu empatycznego, zaspokajającego potrzeby emocjonalne użytkownika [28, s. 355]. Mechanizm uzupełniania się dotyczy również lojalności i marketingu doświadczeń. Zarówno zachęta, jak i zainteresowanie klientem przez personel biblioteki, mogą skutkować pozytywnymi doświadczeniami użytkownika, a to w następstwie zwiększa prawdopodobieństwo zwiększonej częstotliwości odwiedzin biblioteki [28, s. 355].

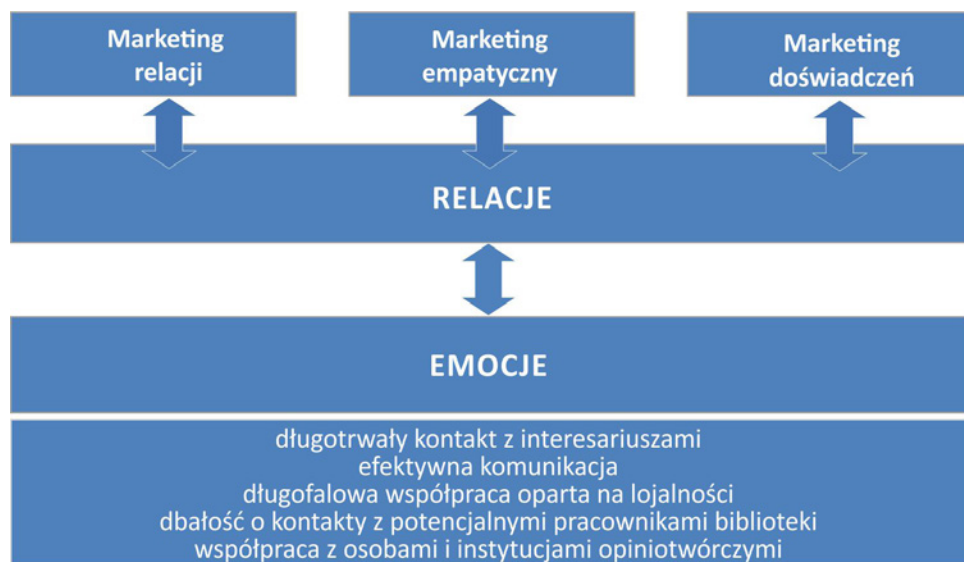
Komplementarnymi składnikami tożsamości relacji, oprócz satysfakcji użytkowników i ich lojalności, są ponadto:

- zaangażowanie (*commitment*);
- współpraca (*cooperation*);
- dotrzymywanie obietnic (*keeping promises*);
- wspólne wartości (*shared values*);
- komunikacja (*communication*);

- długoterminowy kontakt z interesariuszami, szczególnie użytkownikami, oparty na strategii skutkującej stworzeniem możliwie szerokiej grupy wspierających i związanych z biblioteką partnerów i podmiotów opiniotwórczych (ekspertów, instytucji rozpowszechniających dobrą opinię o książnicy);
- efektywna ekonomicznie komunikacja z pośrednikami;
- długofalowa, bazująca na lojalności, współpraca ze starannie wyselekcjonowaną grupą dostawców, oparta na dotrzymywaniu umów, elastyczność dostaw i realizowanie ich w ustalonym czasie;
- tworzenie innowacji, ulepszenie produktów i usług za pośrednictwem wymiany informacji i kreowania wiedzy, minimalizowanie kosztów dostaw;
- dbałość o kontakty z potencjalnymi pracownikami biblioteki, nawiązywanie współpracy ze szkołami średnimi, uczelniami, np. przez zapraszanie ich na wystawy, kiermasze książek;
- poszukiwanie i współpraca z osobami i instytucjami opiniotwórczymi rozpowszechniającymi dobrą opinię o bibliotece [19, s. 78; 28].

Przedstawiona zależność pojęć tworzy komplementarność, którą szczegółowo zobrazowano na rysunku 2.

Rysunek 2. Komplementarność pojęć, procesów i metodologii oparta na budowaniu lojalności klienta

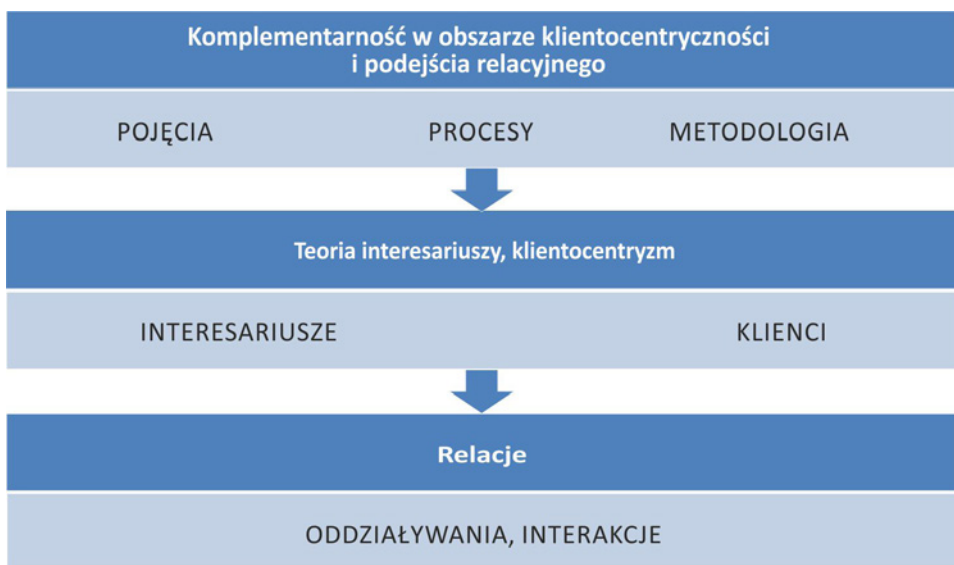


Źródło: opracowanie własne na podstawie WOJCIECHOWSKA Maja. Zjawisko lojalności wśród klientów bibliotek. *Bibliotheca Nostra*. 2010, nr 1, s. 84–96; KOWALSKA-MUSIAŁ Magdalena. Morfologia relacji w ujęciu paradygmatu marketingu relacji. In WITCZAK Olgierd (red.). *Budowanie związków z klientami na rynku business to business*. Warszawa, 2015, s. 10–20; PAUL Magdalena. Marketing wartości – rola biblioteki w promowaniu wartości i zaangażowania społecznego. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa, 2023, s. 621–642.

Analiza zagadnień związanych z podejściem relacyjnym skłania do wniosków o kluczowej roli komplementarności w podejściu relacyjnym i pozwala wyodrębnić etapy jego kształtowania oraz miejsc zachodzenia zjawiska komplementarności, wśród których znajdują się:

1. Początek zainteresowania interesariuszem – teoria interesariuszy Roberta E. Freemana.
2. Zmiana podejścia do współpracy z otoczeniem – orientacja skoncentrowana na produkcie (marketing 1.0) zostaje zastąpiona orientacją skoncentrowaną na kliencie (marketing 2.0).
3. Stopniowe włączanie pojęcia interesariusza i klienta w nurt relacyjny.
4. Rozwinięcie podejścia relacyjnego na podstawie budowania relacji z klientem.

Rysunek 3. Ogólny zarys komplementarności opartej na klientocentryczności i podejściu relacyjnym



Źródło: opracowanie własne.

Jako efekty zastosowania podejścia relacyjnego w bibliotekach badacze wskazują:

- zbieranie informacji o użytkownikach;
- wzmocnienie marki i wizerunku biblioteki;
- rozwijanie świadomości kompetencji miękkich wśród pracowników bibliotek;
- wzrost satysfakcji i lojalności wśród klientów;
- uzyskanie przewagi konkurencyjnej;
- spójny system zarządzania biblioteką oparty na relacjach [34, s. 343–361].

W podejściu relacyjnym, marketingu wartości i marketingu doświadczeń można wskazać komplementarne pojęcia, takie jak:

- wartość dla użytkownika;
- pragnienia i potrzeby klienta;
- zagadnienie prosumpcji;
- oferowanie produktów i usług reprezentujących wartości i cele użytkowników;
- generowanie korzyści także dla szerszego grona odbiorców – interesariuszy;
- działania polegające na dostarczaniu użytkownikowi pozytywnych emocji i przeżyć;
- koncepcja współtworzenia (w marketingu relacji – wartości, korzyści; w marketingu doświadczeń – korzyści będących synonimem pozytywnych doświadczeń);
- prosumeryzm;
- interakcje z biblioteką [20, s. 643–659; 26, s. 621–642].

Z powyższych rozważań wynika, że uzupełnianie się, a niekiedy całkowita spójność metodologiczna, pojęciowa i procesowa są warunkami zaistnienia relacji. Brak porozumienia opartego na wspólnocie celów i wartości może być przyczyną niewspółmierności lub sprzeczności metodologii, pojęć i procesów, co w efekcie utrudni nawiązanie relacji.

Bibliografia

1. BAHADER Mir. Barriers to customer relationship management practices: a survey of university libraries in Pakistan. *Malaysian Journal of Library & Information Science*. 2022, nr 2, s. 59–70. ISSN 1394-6234.
2. BERLE Adolf A., MEANS Gardiner C. *The modern corporation and private property*. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 1932.
3. BERRY Leonard L. Relationship marketing. In BERRY Leonard L., SHOSTACK G. Lynn, UPAH Gregory D. (red.). *Emerging perspectives of services marketing*. Chicago: American Marketing Association, 1983, s. 25–80. ISBN 978-0877571612.
4. DAHLERUD Alexander. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2008, nr 1, s. 1–13. ISSN 1535-3958.
5. DERFERT-WOLF Lidia (oprac.). *Badanie społecznego i ekonomicznego wpływu bibliotek publicznych. Przegląd metod i praktyk stosowanych na świecie*. Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 2018.
6. DERFERT-WOLF Lidia. Badania wpływu i wartości bibliotek akademickich – narzędzia, pomiary, dobre praktyki. In SIDOR Maria (red.). *Biblioteka przyszłości – wyzwania – trendy – zagrożenia. Wybrane zagadnienia z zakresu zarządzania bibliotekami uczelni wyższych*. Nowy Sącz: Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University, 2018, s. 289–306. ISBN 978-83-88421-97-6.
7. DERFERT-WOLF Lidia. Misja wspierania nauki a misja społeczna bibliotek szkół wyższych – relacje i znaczenie w świetle badań funkcjonalności i wpływu. In JAZDON Krystyna (red.). *Biblioteka naukowa: czy jeszcze naukowa?* Poznań: Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu, 2018, s. 29–43. ISBN 978-83-60961-16-2.
8. DYCHÉ Jill. *CRM: relacje z klientami*. Gliwice: Grupa Wydawnicza Helion, 2002. ISBN 83-719-7843X.
9. DYER Jeffrey H., SINGH Harbir. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*. 1998, nr 4, s. 660–679. ISSN 0363-7425.
10. ELLIS Lisa A., PENA Aisha. Crowdsourcing as an approach to Customer Relationship Building in academic libraries. *College & Undergraduate Libraries*. 2015, nr 3/4, s. 273–295. ISSN 1069-1316.
11. FADER Peter. *Customer centrality. Focus on the right customers for strategic advantage*. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012. ISBN 978-1-61363-015-0.

12. FONFARA Krzysztof. *Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1999. ISBN 83-208-120-38.
13. FREEMAN Edward R. Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*. 1983, nr 3, s. 88–106. ISSN 0008-1256.
14. FREEMAN Edward R. The stakeholder approach revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts und Unternehmensethik*. 2004, nr 3, s. 228–254. ISSN 1439-880X.
15. FREEMAN Edward R., WICKS Andrew C., PARMAR Bidhan. Stakeholder Theory and „The Corporate Objective Revisited”. *Organization Science*. 2004, nr 3, s. 364–369. ISSN 1047-7039.
16. GŁOWACKA Ewa. Badania społecznego i ekonomicznego oddziaływania bibliotek akademickich. Obszary, projekty, metody. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie jakością w bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2017, s. 23–35. ISBN 978-83-64203-85-5.
17. GROCHOLIŃSKI Piotr. Rosnąca rola klientocentryczności w rozwoju koncepcji biznesowych. *Annales. Ethics in Economic Life*. 2020, nr 3, s. 53–70. ISSN 2353-4869.
18. HUCZEK Marian. *Marketing organizacji non profit*. Sosnowiec: Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu, 2003. ISBN 83-892-753-09.
19. HUNT Shelby, ARNETT Dennis B., MADHAVARAM Sreedhar. The explanatory foundations of relationship marketing theory. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 2006, nr 2, s. 72–87. ISSN 0885-8624.
20. JASKOWSKA Bożena. Biblioteki a marketing doświadczeń. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2023, s. 643–659. ISBN 978-83-677-23-046.
21. JEZIEWSKA Małgorzata. Środowiskowe funkcje bibliotek publicznych i ich wpływ na finansowanie bibliotek. In ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądze dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 251–272. ISBN 978-83-948923-1-9.
22. KISIŁOWSKA-SZURMIŃSKA Małgorzata. Marketing relacji. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 2023, s. 343–361. ISBN 978-83-89316-82-0.
23. KOWALSKA-MUSIAŁ Magdalena. Morfologia relacji w ujęciu paradygmatu marketingu relacji. In WITCZAK Olgierd (red.). *Budowanie związków z klientami na rynku business to business*. Warszawa: CeDeWu, 2015, s. 10–20. ISBN 978-83-7941-205-1.
24. MERRICK DODD E. Jr. For whom are corporate managers trustees? *Harvard Law Review*. 1932, nr 7, s. 1145–1163. ISSN 0017-811X.
25. OTTO Jacek. *Marketing relacji: koncepcja i stosowanie*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck, 2001. ISBN 83-711-078-03.
26. PAUL Magdalena. Marketing wartości – rola biblioteki w promowaniu wartości i zaangażowania społecznego. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 2023, s. 621–642. ISBN 978-83-89316-82-0.
27. PAUL Magdalena. Wpływ społeczny bibliotek publicznych – badania i dobre praktyki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2016, nr 1, s. 18–30. ISSN 2081-1004.
28. PAUL Magdalena. *Wpływ społeczny bibliotek publicznych. Na przykładach inicjatywy bibliotecznej „Wykielkuj na rynku pracy” oraz korzystania z mazowieckich bibliotek publicznych* [Rozprawa doktorska]. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, 2018.
29. RYDEL Maciej, RONKOWSKI Sławomir. Marketing partnerski. *Marketing i Rynek*. 1995, 9, s. 5–10. ISSN 1231-7853.
30. SÓJKA Jan. *Promocja w strategii marketingowej biblioteki*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 1994.
31. STAŃCZYK-HUGIET Ewa. Relacyjne modele wzrostu przedsiębiorstwa. In SKALIK Jan (red.). *Zmiana warunkiem sukcesu. Przelamywanie barier rozwoju i wzrostu przedsiębiorstw*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2011, s. 249–257. ISBN 978-83-7695-123-2.

32. STANNY Dominik. Teoria interesariuszy wczesnego Freemana – nie tylko etyka. *Forum Odpowiedzialnego Biznesu* [Dokument elektroniczny]. 2011. Tryb dostępu: <https://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/teoria-interesariuszy-wczesnego-freemana-nie-tylko-etyka/>. Stan z dnia 29.04.2024.
33. SUŁKOWSKI Łukasz. Problem niewspółmierności koncepcji w zarządzaniu. *Przegląd Organizacji*. 2004, nr 4, s. 6–8. ISSN 0137-7221.
34. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności biblioteczej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2023. ISBN 978-83-89316-82-0.
35. WOJCIECHOWSKA Maja, KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata, JASKOWSKA Bożena (współudz.). *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019. ISBN 978-83-65741-17-2.
36. WOJCIECHOWSKA Maja. Działania public relations jako źródło informacji marketingowej o klientach bibliotek naukowych. In PIETRUCH-REIZES Diana, BABIK Wiesław, FRĄCZEK Renata (red.). *Zarządzanie informacją w nauce*. Katowice: Polskie Towarzystwo Informatyki, 2010, s. 193–200. ISBN 978-83-904561-9-5.
37. WOJCIECHOWSKA Maja. Public relations jako forma nawiązywania przez bibliotekę relacji z otoczeniem zewnętrznym. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności biblioteczej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 2023, s. 517–533. ISBN 978-83-89316-82-0.
38. WOJCIECHOWSKA Maja. Zjawisko lojalności wśród klientów biblioteki. *Bibliotheca Nostra: Śląski Kwartalnik Naukowy*. 2010, nr 1, s. 84–96. ISSN 2084-5464.
39. ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata. Customer Relationship Management (CRM) jako metoda zarządzania wiedzą biblioteki naukowej. In DACKO-PIKIEWICZ Zdzisława, CHMIELARSKA Marzanna (red.). *Rola biblioteki naukowej w tworzeniu społeczeństwa wiedzy*. Dąbrowa Górnicza: Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2005, s. 147–154. ISBN 83-88936-23-9.
40. ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata. Zarządzanie wiedzą w procesie kształtowania relacji z użytkownikiem biblioteki. *Przegląd Biblioteczny*. 2009, z. 2, s. 219–227. ISSN 0033-202X.

Wojciech Kamiński

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
wkam95@gmail.com

Cyberkultura a biblioteki. Badanie trendów naukowych w zakresie wykorzystania memów w real-time marketingu – analiza bibliometryczna

Słowa kluczowe: cyberkultura, kultura, biblioteki, Internet, memy, real-time marketing, analiza bibliometryczna

Abstrakt: W artykule autor poruszył temat kultury internetowej – jej definicji, istoty oraz determinantów. Zwrócił uwagę na zagadnienie wykorzystania memów w real-time marketingu jako działań, które potencjalnie mogą być przydatne w działalności marketingowej bibliotek oraz przeprowadził analizę bibliometryczną piśmiennictwa na temat zastosowania memów internetowych w marketingu, aby wskazać stopień zainteresowania tymi zagadnieniami w literaturze specjalistycznej oraz perspektywy ich rozwoju.

Keywords: cyberculture, culture, libraries, Internet, memes, real-time marketing, bibliometric analysis

Abstract: In the paper, the author addresses the topic of Internet culture – its definition, essence, and determinants. The focus is on the use of memes in real-time marketing as actions that could potentially be valuable in libraries. Additionally, a bibliometric analysis of the literature on the application of internet memes in marketing is conducted to assess the level of interest in these topics within specialized literature and to outline the prospects for their further development.

Kultura – cyberkultura – biblioteki

Pojawienie się Internetu dało początek wielu nowym zjawiskom, które poza wirtualną przestrzenią nie miałyby szans się rozwinąć. Dostęp do treści i osób z całego świata za sprawą kliknięcia myszką przyczynił się do ukształtowania cyberkultury i wirtualnych społeczności wychodzących ponad bariery występujące w rzeczywistości. Wiele z tych zjawisk nadal jest przedmiotem debaty, a próba ustalenia ich jednoznacznej definicji sprawia trudności po dziś dzień. Fenomenem takim są m.in. memy i ich obecność w różnych obszarach marketingu. Biblioteki, jako instytucje, które mają za zadanie zapewniać szybki dostęp do informacji, także tej elektronicznej, również wpisują się w trendy i mechanizmy typowe dla cyberkultury, starając się wzbudzić zainteresowanie otoczenia także poprzez marketing elektroniczny.

Eksplorację problematyki cyberkultury należy poprzedzić zdefiniowaniem terminu *kultura*. Jest to termin wieloznaczny, który może być postrzegany z wielu perspektyw badawczych. Jak możemy przeczytać w jednej z publikacji: „W nauce sformułowano

wiele definicji kultury. Różni autorzy, różne dyscypliny naukowe (np. filozofia kultury, historia kultury, antropologia kulturowa, socjologia, etnografia) i różne szkoły naukowe (np. ewolucjonizm, funkcjonalizm, strukturalizm) skupiały uwagę na poszczególnych aspektach kultury – zależnie od stawianych celów badawczych i całości zapatrywań na życie społeczne. Uzgodnienie różnych teorii kultury okazuje się zazwyczaj niemożliwe mimo prób stworzenia jednolitej dyscypliny naukowej, której zadaniem byłoby badanie kultury i zintegrowanie całości wiedzy z tego zakresu (kulturoznawstwo)” [22].

Pierwotnie termin *cultura* odnosił się do uprawy roli. Dopiero z czasem zaczęto go stosować w znaczeniu metaforycznym. W XVIII w. opisywano nim proces „doskonalenia się człowieka na polu umysłowym i moralnym”, zaś w XIX w. – „duchowy i materialny dorobek społeczeństw” [22]. Terminu tego używano wówczas zamiennie z określeniem *cywilizacja*. Słowo *kultura* miało jednak eksponować bardziej duchowy niż materialny wymiar tego dorobku. W XX w. mianem kultury zaczęto określać „zespół wzorów rozwiązywania problemów charakterystyczny dla danego społeczeństwa, wzorów postępowania itp.” [22].

Obecnie jedną z najczęściej cytowanych definicji kultury jest definicja pochodząca ze *Słownika encyklopedycznego*. Edukacja obywatelska, według którego *kultura* to „całokształt materialnego i duchowego dorobku ludzkości, a także ogół wartości, zasad i norm współżycia przyjętych przez dane zbiorowości; wszystko to, co powstaje dzięki pracy człowieka, co jest wytworem jego myśli i działalności” [39]. To właśnie ta definicja jest punktem wyjścia do rozważań na temat cyberkultury.

Jeśli chodzi o termin *cyberkultura*, to według *Oxford English Dictionary* po raz pierwszy użyła go w 1963 r. Alice Mary Hilton, która pisała, że „w epoce cyberkultury wszystkie pługi pracować będą samodzielnie, a smażone kurczaki lądować będą bezpośrednio na naszych talerzach” [53, s. 79]. Zarówno ten, jak i inne tego rodzaju przykłady sformułowań były używane aż do 1995 r. na określenie „uwarunkowań społecznych zapoczątkowanych postępującą automatyzacją i komputeryzacją” [19]. Z czasem definicję cyberkultury zaczęto rozszerzać. Za przykład poszerzenia pola znaczeniowego terminu *cyberkultura* może służyć definicja zamieszczona w *American Heritage Dictionary of English Language*, według której cyberkultura to „kultura wynikająca z korzystania z sieci komputerowych, służąca komunikacji, pracy, rozrywce czy biznesowi” [5].

Obie przywołane definicje nie opisują jednak cyberkultury jako kultury wewnątrz czy pomiędzy użytkownikami sieci. A przecież cyberkultura może być kulturą online, ale też łączyć świat wirtualny i rzeczywisty. To kultura nie tylko wynikająca z użytkowania komputera, ale kultura, w której komputer bezpośrednio pośredniczy w komunikacji. To bardzo rozległy ruch, ściśle powiązany ze zwiększającą się rolą informacji i technologii informacyjnej w kontekście społeczeństwa i kultury w drugiej połowie XX w. Mimo że wielu autorów próbowało sformułować różne koncepcje cyberkultury, większość z nich skupiała się tylko na bardzo ogólnym omówieniu konkretnych aspektów kultury. Jakby nie dostrzegali oni faktu, że granice cyberkultury są trudne do zdefiniowania, dzięki czemu termin ten może być używany elastycznie i obejmować m.in. społeczności wirtualne, gry, media społecznościowe czy tematy związane z tożsamością lub prywatnością [por. 53, s. 95–116].

Przejawami cyberkultury są m.in. blogi, mikroblogi, gry, fora internetowe, memy internetowe, filmy online, sieci społecznościowe czy wirtualne światy, w których coraz częściej w jakimś stopniu uczestniczą biblioteki. Kultura ta cechuje się interaktywnością, multimedialnością, autonomią, wirtualnością, byciem zdecentralizowaną, nową relacją twórca–odbiorca (w kwestii sztuki) czy rezygnacją z przyjętej zinstytucjonalizowanej formy kultury [6]. Cyberkultura w dużym stopniu opiera się na wymianie informacji i wiedzy. Polega na umiejętności korzystania z narzędzi cyfrowych w stopniu niespotykanym w innych formach kultury i pomnaża spektrum perspektyw rozwiązań problemów ponad to, co byłoby możliwe przy użyciu tradycyjnych środków, uwzględniając ograniczenia fizyczne, geograficzne czy czasowe [53, s. 95–116]. Ze względu na ogromną skalę użytkowania Internetu wpływ cyberkultury na społeczeństwo i kultury niecyfrowe szybko się rozprzestrzenił, co sprawiło, że takie aspekty kultury internetowej, jak media społecznościowe, gry czy określone społeczności, są częściej badane indywidualnie niż holistycznie.

Biblioteki, które pozornie kojarzą się z kulturą analogową, coraz silniej włączają się w rozmaite nurty cyberkultury. Już w 2017 r. na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu miała miejsce konferencja, której jednym z głównych tematów były biblioteki w cyberprzestrzeni [8]. Standardem jest już także prowadzenie przez biblioteki szkoleń z obszaru bezpieczeństwa cyfrowego, szczególnie dla seniorów oraz młodzieży szkolnej, a także kształcenie w zakresie rozwijania kompetencji cyfrowych [zob. np. 7]. W literaturze przedmiotu można znaleźć także definicje biblioteki cyfrowej czy wirtualnej [49] oraz opisane zagadnienia marketingu internetowego w bibliotece, e-mail marketingu, social media marketingu, a także wideo marketingu i podcastingu [48]. Autorzy coraz chętniej też eksplorują takie tematy, jak techniki tworzenia person w projektowaniu usług bibliotecznych [51] czy boty biblioteczne [40; 50]. Jak pisze Bożena Jaskowska: „Na przestrzeń internetową biblioteki składają się podstawowe platformy, takie jak: strona www, katalog OPAC oraz platformy z zasobami elektronicznymi, które w wielu przypadkach zintegrowane są z multiwyszukiwarką. Ta sfera obudowana jest jednak wieloma innymi dodatkowymi narzędziami i kanałami pełniącymi rolę informacyjną, komunikacyjną, dydaktyczną i promocyjną. Należy tu wymienić m.in.: blog biblioteczny, dedykowane platformy do e-learningu, np. na Moodle, stronę w Biuletynie Informacji Publicznej, podstronę z hasłem dotyczącym biblioteki w Wikipedii czy «wizytówkę» w innych serwisach (jak np. Google Maps), a także profile w serwisach społecznościowych i konta na platformach streamingowych (wideo i podcasty)” [48, s. 726]. Niestety jak dotąd w niewielkim stopniu zbadane zostały zagadnienia real-time marketingu oraz memów, po które biblioteki sięgają coraz chętniej, aby promować własną działalność, książkę i czytelnictwo. Dlatego też w dalszej części artykułu zostaną przedstawione wyniki analizy pokazujące zainteresowanie tymi zagadnieniami wśród badaczy, wskazujące na potencjał tego typu działań marketingowych oraz perspektywy rozwoju zjawiska.

Bibliometria jako metoda badania stanu piśmiennictwa

Termin *bibliometria* wprowadził w 1969 r. Alain Pritchard, definiując go jako „zastosowanie matematycznych i statystycznych metod do badania książek i innych środków komunikacji” [29]. Od tego czasu podjęto wiele prób, mających na celu wyjaśnienie istoty

wykorzystywania tej metody. Na gruncie polskim jedna z takich definicji sformułowana została przez Główny Urząd Statystyczny (GUS). Według niej bibliometria to: „zastosowanie metod matematycznych i statystycznych do literatury naukowej (a także patentów i innych środków przekazywania informacji). Pozwala na ocenę wielkości «produkcji naukowej», opierając się na założeniu, że istotą działalności naukowej (badawczej i rozwojowej, B+R) jest produkcja «wiedzy» (*knowledge*), znajdująca swoje odzwierciedlenie w literaturze naukowej” [32].

Jako głównie źródło danych bibliograficznych GUS wskazuje zespół bibliograficznych baz danych, takich jak Science Citation Index, Social Science Citation Index i Arts & Humanities Citation Index. Bazy te opracowane zostały przez Instytut Informacji Naukowej (ang. *Institute of Scientific Information*, dalej ISI), założony w 1956 r. przez Eugene’a Garfielda [18], obecnie przejęty przez firmę Clarivate. Zgodnie z definicją GUS, proces analizy bibliometrycznej „polega na zastosowaniu różnorodnych danych dotyczących publikacji naukowych i przytaczanych w tych publikacjach cytatów (także cytatów w dokumentacji patentowej) do oceny wyników działalności naukowej krajów, a także do monitorowania rozwoju nauki, czyli obserwowania powstawania sieci powiązań badawczych, krajowych i międzynarodowych, i pojawiania się nowych, multidyscyplinarnych dziedzin nauki i techniki oraz do poznawania wewnętrznej logiki rozwoju nauki” [32]. W niniejszym artykule bibliometria rozumiana będzie zgodnie z przywołanym opisem.

Metodyka przeprowadzonych badań bibliometrycznych

Ponieważ bibliometria pozwala na badania przepływu tendencji naukowych i nakreślenie kierunków badań danego zagadnienia [11], autor postanowił zastosować tę metodę do ustalenia popularności problematyki wykorzystania memów w real-time marketingu w literaturze naukowej w okresie 2016–2020. Celem przeprowadzonych analiz było stwierdzenie:

- jaka liczba publikacji naukowych ukazuje się na ten temat na świecie;
- w jakich okresach obserwuje się największą częstotliwość publikacyjną;
- jakie są wiodące czasopisma naukowe publikujące artykuły z tego zakresu;
- przedstawiciele których dyscyplin najczęściej eksplorują to zagadnienie;
- jakie problemy podejmowane są w obrębie badanego zagadnienia.

Pierwszym źródłem, którym posłużono się w analizie bibliometrycznej, był zespół baz danych Web of Science Core Collection, dostępny w ramach platformy Web of Science. Platforma, pierwotnie stworzona przez ISI, a obecnie zarządzana przez firmę Clarivate [45], obejmuje następujące bazy danych:

- Science Citation Index Expanded,
- Social Sciences Citation Index,
- Arts & Humanities Citation Index,
- Emerging Sources Citation Index,
- Conference Proceedings Citation Index,

- Book Citation Index,
- Current Chemical Reactions and Index Chemicus [44].

Z danych z 9 października 2020 r. wynika, że Web of Science Core Collection obejmuje ponad 79 milionów wpisów (w tym 10,1 mln w dostępie Open Access), 21 419 czasopism, 254 dyscyplin naukowych oraz 1,5 miliarda odwołań datujących, aż do 1900 r. [44; 46]. Twórcy określają swoją bazę jako „najbardziej obszerną i kompletną sieć cytowań, zasilającą zarówno pewne odkrycia, jak i oszacowania” [44].

Drugim źródłem wykorzystanym w analizie bibliometrycznej była baza Scopus, prowadzona przez firmę Elsevier. Jak można przeczytać na stronie producenta, Scopus to „największa neutralna w doborze źródeł baza abstraktów i cytowań z recenzowanych publikacji naukowych, opierająca się na ocenie niezależnych ekspertów z różnych dziedzin” [37]. Scopus w przeciwieństwie do Web of Science nie jest platformą, a bazą samą w sobie. Z danych ze stycznia 2020 r. wynika, że baza obejmuje ponad 77,8 mln wpisów (z czego najstarszy z nich datuje się na 1788 r.) i ponad 25,1 tys. tytułów (w tym ponad 23 452 recenzowanych czasopism, z czego 5,5 tys. z nich w dostępie Open Access) [36]. Bazę cechuje intuicja obsługi i łatwość nawigacji. Obie bazy z racji ogromu pokrycia dobrze się uzupełniają.

W badaniu dokonano analizy ilościowej piśmiennictwa opublikowanego od 2016 r. do 2020 r., posługując się instrukcją wyszukiwawczą zawierającą słowa kluczowe *memes* oraz *real-time marketing* połączone iloczynem logicznym (AND). Założono, że memy, definiowane jako „gatunek humorystycznej wypowiedzi internetowej, komunikat obrazkowy [...], obrazek o charakterze humorystycznym, w którym elementy ikoniczne współwystępują z elementami tekstowymi” [26], mogą stanowić potencjalnie użyteczne narzędzie w ramach marketingu prowadzonego przez biblioteki oraz inne instytucje kultury i dlatego zasadne jest oszacowanie zainteresowania tą tematyką w ujęciu naukowym (nie ograniczając się wyłącznie do pola działania bibliotek, ponieważ założono, że literatura dotycząca wyłącznie tych instytucji ukazuje się ciągle jeszcze w ograniczonym zakresie, choć można spodziewać się większego zainteresowania bibliologów tym tematem w najbliższych latach). W obydwu bazach proces wyszukiwania ograniczono do artykułów naukowych, wychodząc z założenia, że to w nich najczęściej publikowane są najnowsze osiągnięcia naukowe. Elementami formalnymi, które uwzględniono w analizach, były: tytuły artykułów, tytuły i tematyka czasopism, autorzy oraz data publikacji prac. Odrębnie dokonano także analizy treściowej zidentyfikowanych dokumentów w celu ustalenia zgodności artykułów z podejmowaną tematyką.

Problematyka wykorzystania memów w real-time marketingu w świetle kolekcji baz Web of Science Core Collection

Badanie przeprowadzono w okresie od 14 do 18 lutego 2021 r. na wersji 5.35 platformy Web of Science¹. W celu eksploracji zasobów wykorzystano moduł wyszukiwania zaawansowanego. Ponieważ w rezultacie zainicjowania procesu wyszukiwania z użyciem fraz *memes* i *real-time marketing* nie uzyskano żadnych odpowiedzi, w dalszym etapie poszukiwań frazę *real-time marketing* zastąpiono frazą *marketing*. Zmiana instrukcji wyszukiwania przyniosła wynik w postaci dwóch anglojęzycznych artykułów: *Effects of amusing memes on concern for unappealing species* [25] oraz *We meme business: Exploring Malaysian Youths' Interpretation of Internet Memes in Social media Marketing* [3].

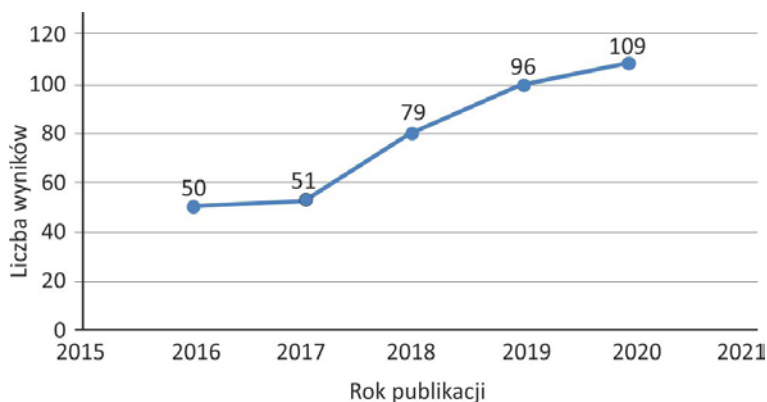
Pierwsze z opracowań ukazało się 29 kwietnia 2020 r. w czasopiśmie *Conservation Biology*, zajmującym się publikacją treści poruszających kwestie ochrony i zachowania różnorodności biologicznej Ziemi. Autorzy tekstu opisują w nim wpływ memów na wzrost zainteresowania Polaków noszczami sundajskimi. Zwracają uwagę na to, że memy z noszczami budzą takie samo zainteresowanie co bardziej popularne gatunki zwierząt (tj. koala, panda, orangutan) wykorzystywane w marketingu przez organizacje pozarządowe. Zabawne memy internetowe rozprzestrzeniające się poprzez media społecznościowe pozytywnie korelują ze zwiększeniem zainteresowania mniej atrakcyjnymi gatunkami zwierząt, takimi jak noszcze sundajskie, oraz dotacjami na rzecz akcji crowdfundingowych [25].

Drugi artykuł pochodzi z 2020 r. z czasopisma *International Journal of Business and Society*, publikującego treści związane z wielodyscyplinarnym podejściem do dziedzin biznesu, ekonomii i finansów. Tekst dotyczy tematyki naruszania ikoniczności memów przy posługiwaniu się nimi w lokalnym kontekście. Omawiane w nim badanie przeprowadzono w obliczu rosnącej roli memów w social media marketingu. Autorzy poprzez ikoniczność rozumieją zgodność pomiędzy formą (obrazy i teksty) a ich znaczeniem. Zbadano ikoniczność trzydziestu memów użytych w social media marketingu poprzez analizę ich cech językowych w odniesieniu do informacji zwrotnych udzielanych przez respondentów – malezyjskiej młodzieży. Siedem memów otrzymało niski współczynnik ikoniczności. Analiza językowa wykazała, że w tych memach posłużono się zdaniem złożonymi, pełnymi krótkich form, slangu i słów rozkazujących. Wiedza pozyskana dzięki temu badaniu zapewniła lokalnym firmom, a zwłaszcza tym, które swój marketing bazować chcą na rosnącym trendzie internetowych memów – wgląd w planowanie swoich działań marketingowych [3].

Zastąpienie frazy *memes* jej liczbą pojedynczą *meme* i użycie jej w parze z frazą *marketing* nie zwróciło żadnych wyników. Wyszukanie artykułów, które wśród fraz kluczowych zawierają wyłącznie wyrażenie *meme* lub *memes* przyniosło natomiast rezultat w postaci 385 pozycji. Jak ilustruje rysunek 1, zainteresowanie memami wzrasta z roku na rok – z 50 pozycji opublikowanych w 2016 r. do 109 opublikowanych w roku 2020.

¹ W module analizy wyników wyszukiwania, w tytule strony widnieje wersja 5.34, lecz przy wyszukiwaniu i przeglądaniu wyników pozostaje 5.35.

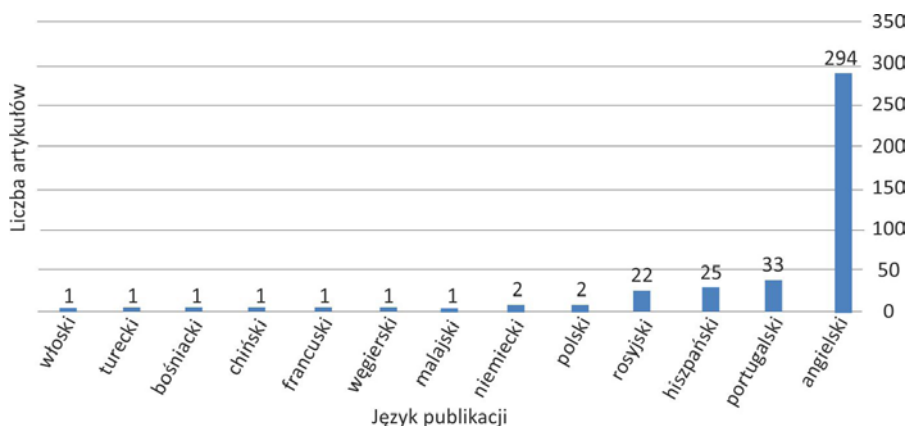
Rysunek 1. Liczba artykułów dotyczących memów na przestrzeni lat 2016–2020



Źródło: opracowanie własne.

Głównym językiem publikacji jest język angielski (294 publikacje). Drugą lokatę zajmuje język portugalski (33 publikacje), zaś trzecią – język hiszpański (25 publikacji). Na czwartym miejscu znajduje się język rosyjski (22 publikacje). W bazie dostępne są dwie publikacje w języku polskim oraz dwie w języku niemieckim. Pozostałe pozycje to pojedyncze artykuły w języku bośniackim, chińskim, tureckim, malajskim, węgierskim, francuskim, włoskim oraz tureckim (por. rys. 2).

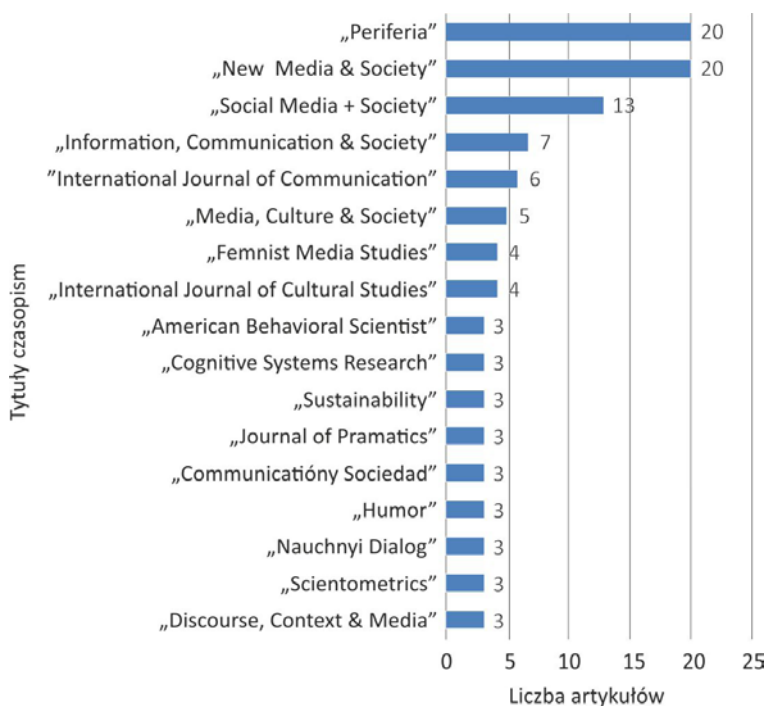
Rysunek 2. Liczba artykułów dotyczących memów z uwzględnieniem języka publikacji



Źródło: opracowanie własne.

Zebrany materiał dowodzi, że słowo kluczowe *meme* lub *memes* wystąpiło w artykułach, które ukazały się na łamach 266 czasopism indeksowanych w Web of Science Core Collection. Na rysunku 3 zaprezentowano tytuły czasopism, w których tematyka memów została poruszona więcej niż dwa razy.

Rysunek 3. Tytuły czasopism, w których najczęściej pojawiały się artykuły dotyczące memów



Źródło: opracowanie własne.

Jak widać na rysunku 3, na pierwszym miejscu znajdują się *ex aequo* dwa czasopisma: *New Media & Society* oraz *Periferia*, w których temat memów poruszono po 20 razy. *New Media & Society* to czasopismo z zakresu komunikacji, należące do wydawnictwa SAGE Publishing, podejmujące kwestie wynikające ze skali i szybkości rozwoju nowych mediów, czerpiące z szerokiego zakresu perspektyw dyscyplinarnych oraz badań teoretycznych i empirycznych [34]. Artykuły publikowane na jego łamach najczęściej oscylują wokół roli memów w kulturze [np. 27] i mediów społecznościowych [np. 33]. Jeden z nich porusza kwestię roli memów jako treści utrzymujących pamięć na temat wydarzeń [38]. Część tekstów nie odnosi się bezpośrednio do memów, lecz memetycznych praktyk, ale słowo „mem” zawarte jest w słowach kluczowych [np. 13].

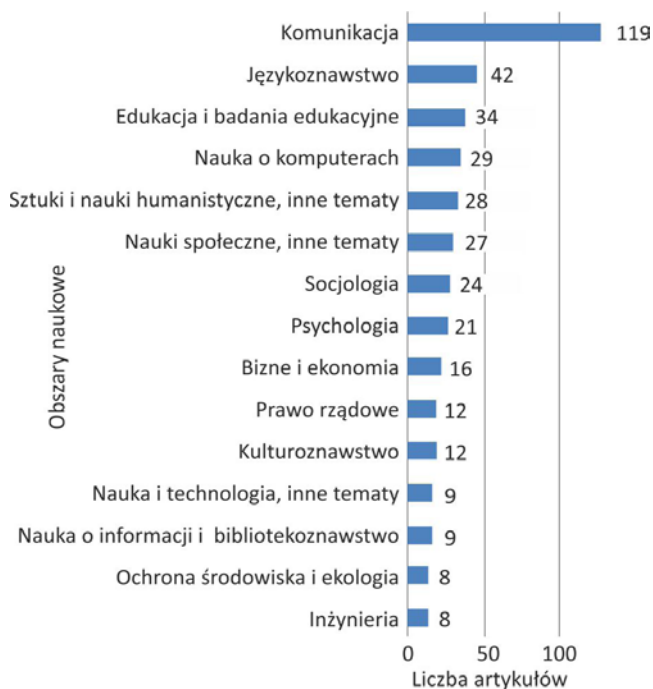
Na równi z omówionym czasopismem znajduje się *Periferia* portugalskojęzyczny periodyk z zakresu edukacji, kultury i komunikacji, ukazujący się pod auspicjami Uniwersytetu Stanowego w Rio de Janeiro [31]. Pismo skupia się na publikowaniu niewydanych wcześniej tekstów [28]. Znalazło się w nim 20 artykułów powiązanych z memami, które omówiono przede wszystkim w kontekście wykorzystania ich w edukacji [np. 10] i nauczaniu [4]. Jeden z artykułów zilustrował wykorzystanie memów na lekcjach historii [23]. Dostępne są też nieliczne artykuły spoza edukacji [np. 9].

Trzecie miejsce zajmuje czasopismo *Social media + Society* z 13 artykułami na temat memów. Czasopismo podejmuje tematykę wpływu mediów społecznościowych na przeszłość, teraźniejszość oraz przyszłość społeczeństwa [35] i w tym kontekście zawierają się również memy. Poruszane w periodyku treści to m.in. kwestia wykorzystania memów w akcji perswazji przez finlandzkie ugrupowania prawicowe [14], użycie memów jako komentarza na temat zachowań rasistowskich [47] czy zagadnienie tożsamości społeczności skupionej wokół określonych memów [12].

Siedem artykułów znalazło się w *Information, Communication & Society* – periodyku wydawnictwa Taylor & Francis, traktującym o wpływie nowych technologii informacyjnych na społeczeństwo, ekonomię i kulturę [17]. Tematyka memów w tym czasopiśmie poruszana jest w kontekście komunikacji i kultury, stąd artykuły o tym, co motywuje i inspiruje użytkowników do tworzenia i udostępniania memów w sytuacjach kryzysowych [np. 20], o memach jako niejasnych nośnikach komunikatów na temat religii [np. 1] czy o feministycznej krytyce humoru płciowego w memach politycznych [np. 15].

Memy badane są najczęściej pod kątem kulturowym, komunikacyjnym i społecznym, co uwidacznia rysunek 4, przedstawiający podział artykułów ze względu na obszary naukowe.

Rysunek 4. Artykuły poruszające problematykę memów w podziale na obszary naukowe



Źródło: opracowanie własne.

Problematykę memów eksploruje się głównie na polu nauk społecznych. Najbardziej zdominowana jest komunikacja (119 publikacji), językoznawstwo (42 publikacje) oraz edukacja i badania edukacyjne (34 publikacji). W obszarze szeroko rozumianej nauki o informacji i bibliotekoznawstwie znalazło się jedynie 9 tekstów, dotyczących przede wszystkim tematu przekazu treści poprzez memy, nie zaś wykorzystania ich w real-time marketingu bibliotek. Z kolei najbliższej problematyki wykorzystania memów w real-time marketingu wydaje się być sfera badawcza biznes i ekonomia, która zawiera w sobie 16 artykułów, w tym wspomniany wcześniej *We „meme” business: Exploring Malaysian Youths’ Interpretation of Internet Memes in Social media Marketing* [3].

Jeden z artykułów, odwołując się do teorii wartości marki, porusza problematykę wartości memów i czynników, jakie na tę wartość wpływają [16]. Badanie przeprowadzone przez autorów wykazało, że mem osiąga sukces, gdy jego myśl przewodnia jest zrozumiała i możliwa do zastosowania w różnych kontekstach. Wartość mema może zostać wzbogacona treścią humorystyczną lub odwołującą się do kwestii społecznych, ładunkiem emocjonalnym czy tworzeniem przestrzeni do uzewnętrzniania się. Na podstawie wyników, autorzy badania rozbudowują koncept wartości internetowego mema o metaforę meteorytu, która tłumaczy szybkość, zakres i wpływ internetowych memów. Badacze, nawiązując do pojęć astronomicznych, sugerują przyszłą klasyfikację memów terminami takimi, jak *memoroid*, *memeor*, *memeoryt* czy *komemeta* [16].

Inna z publikacji eksploruje sferę tworzenia i udostępniania treści online, gdy społeczności wchodzi w interakcje z organizacjami poza środowiskami komunikacyjnymi kontrolowanymi z zewnątrz przez korporacje [2]. W badaniu posłużono się analizą treści memów udostępnianych w serwisie Imgur, by ukazać, jak treść tworzona przez użytkowników wpływa na odbiór organizacji. Dostrzeżono, że memy skupione na marce są ogólnie klasyfikowane jako memy sieroce lub memy, które mają wyraźne tekstowe i wizualne cechy oddzielające je od ustanowionych lub wyłaniających się rodzin memów. Z badania wynika, że memy o organizacjach nie są ani wyrazem krytyki, ani wsparcia, ale odzwierciedleniem publicznego zaangażowania online w organizację [2].

Kolejne artykuły zakwalifikowane do tej dziedziny nie poruszają wykorzystania memów w marketingu lub tematach pokrewnych. Odnoszą się między innymi do wyrażania doświadczeń kulinarnych [np. 41], teorii ewolucji [np. 21], intertekstualnej wirusowości memów [np. 52], par homoseksualnych [np. 43] czy kultury partycypacyjnej [np. 42].

Problematyka wykorzystania memów w real-time marketingu w świetle bazy Scopus

Podobnie jak w przypadku bazy Web of Science Core Collection, proces wyszukiwania w bazie Scopus nie przyniósł wyników w postaci artykułów zawierających jednocześnie frazy *memes* i *real-time marketing*. Nie znalazły się w niej również teksty poświęcone marketingowi w czasie rzeczywistym stosowanemu przez biblioteki i wykorzystaniu memów jako jednego z jego narzędzi. Dlatego ponownie zastąpiono frazę *real-time marketing* wyrażeniem *marketing*. W rezultacie tego zabiegu serwis zwrócił cztery wyniki, w tym

wcześniej dwa wspomniane już artykuły: *Effects of amusing memes...* [25] oraz *We „meme” business...*[3], obecne w bazie *Web of Science*, oraz dwa inne teksty, tj.: *Analyzing the intention of consumer purchasing behaviors in relation to internet memes using VAB model* [24] oraz *O meme como estratégia de marketing institucional em redes sociais digitais* [30].

Pierwszy z nich został opublikowany 9 października 2019 r. w czasopiśmie *Sustainability*, zajmującym się tematyką zrównoważonego rozwoju ludzkości w środowisku, kulturze, ekonomii i społeczeństwie. Artykuł ten dotyczy generowania przez memy chęci zakupu. Na jego łamach autorzy podkreślają, że nie było wcześniej takich badań i rozważają, jak wartości formowane przez konsumentów pod wpływem memów zasilają ich zachowania zakupowe poprzez kształtowanie w nich określonych postaw. Z badania wynika, że użyteczne i hedonistyczne wartości mają wpływ na intencję zakupu poprzez rozwijanie w klientach użytecznych i hedonistycznych postaw. Marketerom sugeruje się skupienie na hedonistycznych wartościach dostarczanych przez memy i projektowanie zabawnych memów, aby przyciągać klientów [24].

Drugi artykuł opublikowano 28 maja 2020 r. w hiszpańskojęzycznym czasopiśmie *Media & Jornalismo*, z zakresu komunikacji, uwzględniającym tematykę wpływu mediów na dynamiki społeczne i polityczne. Autorzy artykułu poruszają w nim zagadnienie memów jako strategii w marketingu instytucjonalnym do wykorzystania w mediach społecznościowych. Artykuł rzuca światło na aktywność w marketingu instytucjonalnym prowadzoną przez grupę badawczą, która użyła memów jako strategii rozpowszechniania ze względu na ich symboliczny potencjał. Poprzez użycie tej strategii zanotowano znaczny wzrost liczby obserwujących w porównaniu do innych postów zamieszczonych na stronie [30].

Zastąpienie frazy *memes* jej liczbą pojedynczą *meme* i użycie jej w parze z frazą *marketing* zwróciło te same wyniki wyszukiwania. Z kolei wyszukiwanie frazą *memes* lub *meme* zwróciło 350 pozycji, czyli o 35 mniej niż w przypadku *Web of Science Core Collection*. Większość z tych artykułów pokrywała się z omawianą wcześniej kolekcją baz.

Wnioski płynące z analiz bibliometrycznych

Na podstawie przeprowadzonych analiz bibliometrycznych można wysnuć wnioski, że brakuje źródeł nie tylko odnoszących się bezpośrednio do problematyki wykorzystania memów w działalności marketingowej bibliotek, ale także w real-time marketingu w ogóle. Na łamach czasopism z całego świata tylko cztery artykuły ocierają się o tę tematykę, uwzględniając rosnącą rolę i wykorzystanie memów internetowych w marketingu. Z badań przeprowadzonych przez autorów tych publikacji wynika, że niezależnie od kontekstu, wykorzystanie memów w określonych sytuacjach niesie za sobą głównie korzyści. Memy wpływają na wzrost zainteresowania nieatrakcyjnymi gatunkami fauny [25], mogą wspierać kampanie marketingowe lokalnych biznesów [3], generują chęć zakupu [24] i zasięgi [30].

Choć same memy coraz częściej stają się obiektem badań środowisk akademickich, to ich wykorzystanie w marketingu pozostaje niezbadane, tym bardziej jeśli chodzi o kwestię marketingu czasu rzeczywistego. W kontekście działań marketingowych bibliotek zjawisko

to nie zostało opisane zarówno na gruncie polskim, jak i za granicą, choć memy stanowiące narzędzie promocji tych instytucji stają się coraz bardziej widoczne w Internecie.

Bibliografia

1. AGUILAR Gabrielle K., CAMPBELL Heidi A., STANLEY Mariah, TAYLOR Ellen. Communicating mixed messages about religion through internet memes. *Information, Communication & Society*. 2017, nr 10, s. 1498–1520. ISSN 1468-4462.
2. BRUBAKER Pamela Jo, CHURCH Scott Haden, HANSEN Jared, PELHAM Steven, OSTLER Alison. One does not simply meme about organizations: exploring the content creation strategies of user-generated memes on Imgur. *Public relations Review*. 2018, nr 5, s. 741–751. ISSN 0363-8111.
3. CHUAH Kee-Man, KAHAR Yumni Musfirah, LOOICHIN Chng. We „meme” business: exploring Malaysian youths’ interpretation of Internet memes in social media marketing. *International Journal of Business and Society*. 2020, nr 1, s. 931–944. ISSN 1511-6670.
4. COUTO Dilton Riberio, POCAHY Fernando, DE CARVALHO Felipe da Silva Ponte. Ensinar-aprender com os memes: quando as estratégias de subversão e resistência viralizam na internet. *Periferia*. 2019, nr 2, s. 17–38. ISSN 1984-9540.
5. Cyberculture. In *American Heritage Dictionary of the English Language* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=cyberculture>. Stan z dnia 15.11.2023.
6. Cyberkultura. In *Wikipedia. Wolna Encyklopedia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Cyberkultura>. Stan z dnia 15.11.2023.
7. Cyberprzestrzeń w bibliotece. In *Cyfrowobezpieczni.pl* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.cyfrowobezpieczni.pl/galerie-zdjec/34-cyberprzestrzen-w-bibliotece>. Stan z dnia 12.12.2023.
8. Człowiek – Informacja. Książka. Cyberkultura. In *Lustro Biblioteki* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://lustrbiblioteki.pl/2017/03/czlowiek-informacja-ksiazka-cyberkultura-patronat-lustra-bibliotecki/>. Stan z dnia 12.12.2023.
9. DE LIMA-NETO Vincente, DE OLIVEIRA Erika Guimarães. Memes no Facebook: letramento crítico na escola pública a partir do humor. *Periferia*. 2019, nr 1, s. 33–53. ISSN 1984-9540.
10. DE MELO Daniele Santana. Memes e a Educação de Jovens e Adultos. *Periferia*. 2019, nr 2, s. 268–290. ISSN 1984-9540.
11. DRABEK Aneta. Wykorzystanie bibliometrii w polityce naukowej. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2012, nr 3. Tryb dostępu: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/130/130_drabek.pdf. Stan z dnia 15.12.2023.
12. ESCHLER Jordan, MENKING Amanda. „No prejudice here”: examining social identity work in Starter Pack Memes. *Social media + Society* [Dokument elektroniczny]. 2018, nr 2. Tryb dostępu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305118768811>. Stan z dnia 15.11.2023.
13. GING Debbie, GARVEY Sarah. ‘Written in these scars are the stories I can’t explain’: a content analysis of pro-ana and thinspiration image sharing on Instagram. *New Media & Society*. 2018, nr 3, s. 1181–1200. ISSN 1461-4448.
14. HAKOKÖNGÄS Eemeli, HALMESVAARA Otto, SAKKI Inari. Persuasion through bitter humor: multimodal discourse analysis of rhetoric in internet memes of two far-right groups in Finland. *Social media + Society* [Dokument elektroniczny]. 2020, nr 2. Tryb dostępu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305120921575>. Stan z dnia 15.11.2023.
15. HARLOW Summer, ROWLETT Jerrica Ty, HUSE Laura-Kate. ‘Kim Davis be like ...’: a feminist critique of gender humor in online political memes. *Information, Communication & Society*. 2020, nr 7, s. 1057–1073. ISSN 1468-4462.

16. HORVÁTH Dora, MITEV Ariel. Internet memes: the meteorites of the online world. Spontaneous online content with corporate relevance. In PELSMACKER Patrick. (ed.). *Advertising in new formats and media: current research and implications for marketers*. London: Emerald, 2016, s. 243–262. ISBN 978-1-78560-313-6.
17. *Information, Communication & Society: Aims & Scope* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=aimsScope&journalCode=rics20>. Stan z dnia 15.11.2023.
18. Institute for Scientific Information. In Wikipedia. The Free Encyclopedia [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://en.wikipedia.org/wiki/Institute_for_Scientific_Information. Stan z dnia 15.11.2023.
19. Internet culture. In Wikipedia. *The Free Encyclopedia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_culture. Stan z dnia 15.11.2023.
20. JENSEN Minna S., NEUMAYER Christina, ROSSI Luca. 'Brussels will land on its feet like a cat': motivations for memefying#Brusselslockdown. *Information, Communication & Society*. 2020, nr 1, s. 59–75. ISSN 1468-4462.
21. KRSTIĆ Milan, SKORUP Ana, MINKOV Đorde. Application of the evolution theory in modelling of innovation diffusion. *International Review*. 2016, nr 1/2, s. 142–152. ISSN 2217-9739.
22. Kultura. In *Encyklopedia PWN* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/kultura;3928887.html>. Stan z dnia 23.12.2023.
23. LAMARÃO Luisa Quarti. O uso de memes nas aulas de História. *Periferia*. 2019, nr 1, s. 179–192. ISSN 1984-9540.
24. LEE Hsin-Hui, LIANG Chia-Hsing, LIAO Shu-Yi, CHEN Han-Shen. Analyzing the intention of consumer purchasing behaviors in relation to internet memes using VAB model. *Sustainability*. 2019, nr 20, s. 1–12. ISSN 2071-1050.
25. LENDA Magdalena, SKÓRKA Piotr, MAZUR Błażej [et al.]. Effects of amusing memes on concern for unappealing species. *Conservation Biology*. 2020, nr 5, s. 1200–1209. ISSN 0888-8892.
26. Mem internetowy. In *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://pl.wikipedia.org/wiki/Mem_internetowy. Stan z dnia 30.11.2023.
27. NISSENBAUM Asaf, SHIFMAN Limor. Internet memes as contested cultural capital: the case of 4chan's /b/ board. *New Media & Society*. 2017, nr 4, s. 483–501. ISSN 1461-4448.
28. *Open Academix Journals Index: Journal: Periferia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://oaji.net/journal-detail.html?number=5518>. Stan z dnia 15.11.2023.
29. OSIŃSKI Zbigniew. *Bibliometria metodą analizy i oceny dorobku naukowego historyków najnowszych dziejów Polski* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2363/Bibliometria_metoda_analzy_i_oceny_dorobku_naukowego_historykow_najnowszych_dziejow_Polski.pdf. Stan z dnia 15.11.2023.
30. PAWLOWSKI DE OLIVEIRA ARAÚJO Eliane, PAIXÃO ANASTÁCIO DE PAULA Claudio, DA SILVA NETO Jose Ricardo [et al.]. O meme como estratégia de marketing institucional em redes sociais digitais. *Media & Jornalismo*. 2020, nr 36, s. 73–91. ISSN 1645-5681.
31. *Periferia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/periferia>. Stan z dnia 15.11.2023.
32. *Pojęcia stosowane w statystyce publicznej* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://stat.gov.pl/metainformacje/sloownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/15.pojecie.html>. Stan z dnia 15.11.2023.
33. RIEGER Diana, KLIMMT Christoph. The daily dose of digital inspiration 2: Themes and affective user responses to meaningful memes in social media. *New Media & Society*. 2019, nr 10, s. 2201–2221. ISSN 1461-4448.
34. *SAGE Journals – Journal Description: New Media & Society* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://journals.sagepub.com/description/nms>. Stan z dnia 15.11.2023.
35. *SAGE Journals – Journal Description: Social media + Society* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://journals.sagepub.com/description/SMS>. Stan z dnia 15.11.2023.

36. *Scopus: Content Coverage Guide* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.elsevier.com/?a=69451>. Stan z dnia 15.11.2023.
37. *Scopus: największa baza literatury recenzowanej* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.elsevier.com/pl-pl/solutions/scopus>. Stan z dnia 15.11.2023.
38. SILVESTRI Lisa Elen. Memeingful memories and the art of resistance. *New Media & Society*. 2018, nr 11, s. 3997–4016. ISSN 1461-4448.
39. SMOLSKI Roman, SMOLSKI Marek, STADTMÜLLER Elżbieta Helena. *Słownik encyklopedyczny. Edukacja obywatelska*. Wrocław: Wydawnictwo Europa, 1999. ISBN 83-85336-31-1.
40. STĄPOREK Marta, WIATR Krystyna. Chatbot — narzędzie wspomagające kształtowanie wizerunku biblioteki i promowanie jej oferty. In: WOJCIECHOWSKA Maja, CYRKLAF-GORCZYCA Magdalena (red.). *Mobilnie, interaktywnie, kompetentnie. Usługi, media i technologie informacyjno-komunikacyjne w nowoczesnej bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019, s. 291–309. ISBN 978-83-65741-42-4.
41. STEPANIUK Krzysztof. Visualization of expressing culinary experience in social network, memetic approach. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2018, nr 3, s. 693–702. ISSN 2345-0282.
42. TOMAŻ Kolar, WALANCHALEE Wattanacharoensil. One does not simply ... project a destination image within a participatory culture. *Journal of Destination Marketing & Management* [Dokument elektroniczny]. 2020, vol. 18. Tryb dostępu: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X20301165>. Stan z dnia 02.06.2024.
43. WADDOCK Sandra, WADDELL Steve, GRAY Paul S. The transformational change challenge of memes: the case of marriage equality in the United States. *Business & Society*. 2018, nr 8, s. 1667–1697. ISSN 0007-6503.
44. Web of Science Core Collection. In *Web of Science Group* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://clarivate.com/webofsciencelibrary/solutions/web-of-science-core-collection/>. Stan z dnia 15.11.2023.
45. Web of Science. In *Wikipedia. The Free Encyclopedia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://en.wikipedia.org/wiki/Web_of_Science. Stan z dnia 15.12.2023.
46. *Web of Science: Summary of Coverage* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://clarivate.libguides.com/webofsciencelibrary/coverage>. Stan z dnia 15.11.2023.
47. WILLIAMS Apryl. Black Memes Matter: #LivingWhileBlack with Becky and Karen. *Social media + Society* [Dokument elektroniczny]. 2020, nr 4. Tryb dostępu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305120981047>. Stan z dnia 15.11.2023.
48. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2023. ISBN 978-83-89316-82-0.
49. WOJCIECHOWSKA Maja, KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata, JASKOWSKA Bożena (współudz.). *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019. ISBN 978-83-65741-17-2.
50. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Monika. Usługi zdalnej komunikacji bibliotekarza z czytelnikiem jako przykład narzędzi wspierających warsztaty badawczy użytkownika biblioteki. *Roczniki Biblioteczne*. 2021, t. 65, s. 293–306. ISSN 0080-3626.
51. WÓJCIK Magdalena. Wykorzystanie techniki tworzenia person w projektowaniu usług bibliotecznych – wstęp do zagadnienia. *Przegląd Biblioteczny*. 2023, z. 3, s. 319–331. ISSN 0033-202X.
52. ZANETTE Maria Carolina, BLIKSTEIN Izidoro, VISCONTI Luca M. Intertextual virality and vernacular repertoires: Internet memes as objects connecting different online worlds. *RAE – Revista de Administração de Empresas*. 2019, nr 3, s. 157–169. ISSN 0034-7590.
53. ZAWOJSKI Piotr. *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2018. ISBN 978-83-226-3615-2.

Krystyna Hudzik

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
krystyna.kwapisiewicz-hudzik@mail.umcs.pl

Public relations – etyka – dobro wspólne

Słowa kluczowe: public relations, etyka, biblioteki

Abstrakt: Tematem artykułu są etyczne aspekty public relations. W toku rozważań szczególną uwagę zwrócono na konieczność stosowania zasad moralnych w działaniach PR-owych oraz na różne możliwości manipulacji i zniekształcania faktów. Podkreślono, że biblioteki jako instytucje cieszące się dużym zaufaniem społecznym powinny kłaść szczególny nacisk na rzetelność swoich przekazów informacyjnych oraz zapewnianie dostępu do wiarygodnej i kompletnej informacji.

Keywords: public relations, ethics, libraries

Abstract: The article explores the ethical aspects of public relations. The discussion emphasizes the necessity of adhering to moral principles in PR activities and highlights the various possibilities for manipulation and distortion of facts. It is highlighted that libraries, as institutions with a high level of public trust, should place particular emphasis on the accuracy of their informational messages and on ensuring access to reliable and comprehensive information.

Wprowadzenie

Public relations (PR) od czasu swego ukonstytuowania się jako zawód i dziedzina komunikacji społecznej w teorii i praktyce uwikłane było w działania manipulacyjne i propagandowe. Warto zatem podejmować próby określenia przyczyn rozbieżności między dominującym dziś w charakterystyce zawodu specjalisty PR nastawieniem na profesjonalizm i stosowanie norm etycznych (wręcz utożsamieniem jednego z drugim), a spotykaną krytyczną oceną tej profesji. Taką próbę podjęła także autorka artykułu, która zawodowo nie zajmuje się public relations, natomiast bliskie są jej zagadnienia zarządzania informacją, recepcji mediów oraz organizacji pracy bibliotek.

W nauce o informacji szczególną uwagę zwraca się na jakość informacji, którą wyznaczają takie cechy, jak: prawdziwość (i jej dookreślenia, takie jak: wiarygodność, rzetelność czy prawidłowość), kompletność, aktualność, komunikatywność oraz poufność i tajność. Ponieważ informacja stanowi istotny element każdego procesu komunikacji, w tym także public relations, dbałość o jej jakość w sposób bezpośredni przekłada się na jakość komunikacji.

PR powinno służyć zarówno interesom publicznym, jak i interesom organizacji, w tym bibliotek, przy czym „pierwotnie działania z zakresu public relations były obce środowisku bibliotek, ponieważ kłóciły się z ideą biblioteki jako księżnicy wiedzy, wolnej od wpływów i nacisków polityczno-społecznych. Później zaś próby wpływania na otoczenie kojarzyły

się z manipulacją władz politycznych i działaniami reżimu państwowego. Dlatego też biblioteczne PR do polskich bibliotek dotarło późno i rozwinęło się stosunkowo niedawno” [25, s. 267]. Jak tłumaczy Małgorzata Tarka: „Public relations w bibliotece to, oprócz kreowania wizerunku, kontrolowanie tego wizerunku wśród klientów, [zaś] badania obrazu biblioteki w otoczeniu pozwolą na podjęcie działań zmierzających do ewentualnego poprawienia wizerunku, a tym samym do wzrostu zadowolenia użytkowników” [22].

W szerszym ujęciu PR powinno m.in. przyczyniać się do świadomej i odpowiedzialnej debaty na temat problemów społecznych oraz ułatwiać dialog między organizacjami i ich otoczeniem. Dlatego zatem, mimo promowania doskonałości w zakresie etyki, licznych wysiłków na rzecz stworzenia właściwej definicji zawodu, ustalenia, „na czym polega istota PR, a czym na pewno ono nie jest”, funkcjonują nadal w sferze publicznej takie wyrażenia, jak „czarny PR” czy „polityczna zagrywka PR-owa”?

Przeciętnego użytkownika Internetu może zastanawiać, dlaczego hasło „etyka public relations” wpisane do wyszukiwarki Google ma ok. 1 340 tys. wyników, podczas gdy „etyka lekarska” – chyba najstarsza etyka zawodowa – jedynie 168 tys., „etyka adwokacka” 134 tys., a „etyka dziennikarska” – 41 tys.¹ Spoglądając na te dane, ma się wrażenie, że wskazują one na jakieś nienaturalne zainteresowanie wśród praktyków i teoretyków etycznymi aspektami public relations. Oszałamiająca – jak mówią liczby – popularność tego tematu wśród szerokiej publiczności w Polsce nie koresponduje, a wręcz kłóci się z dramatycznie słabą – na co wskazują badania Związku Firm Public relations – znajomością i prestiżem zawodu specjalisty/doradcy PR [29].

Tsunami refleksji nad zasadami moralnymi (zespołem ocen i norm) zawodu, który w Polsce uprawiany jest zaledwie od trzech dekad (tak długo, jak długa jest historia wolnego rynku w kraju), budzi podejrzenia dlatego, że chodzi tu raczej o coś innego niż o same wartości i stosowanie ich w praktyce. Krytyczny, nieufny konsument, obserwator wyścigu o palmę pierwszeństwa w zakresie doskonałości zawodowej specjalistów od tworzenia wizerunku organizacji/produktu/marki/osoby publicznej wyczuwa, że cały ten medialny szum wokół RR jest jedynie elementem PR-u. Brzmi to redundantnie, ale sens jest prosty. Firmy PR są również producentami określonych towarów – konceptualnych projektów funkcjonowania instytucji i ich relacji z otoczeniem. Zastosowanie w praktyce tych projektów ma na celu stworzenie marki – znaku firmowego producenta czy usługodawcy – i wzbudzenie do niej zaufania wśród publiczności rynkowej. Wyścig na rynku projektowania cudownych przepisów na sukces różnego rodzaju podmiotów jest także dla specjalistów PR wyścigiem o wszystko, bezwzględny i bezkompromisowy. Sytuacja dużej konkurencji w branży PR jest pokusą i sprzyja łamaniu etycznych reguły gry, dezinformacji i ukrywaniu pewnych informacji, jeśli nie wręcz kłamstwu. Biblioteki dopiero wkraczające w świat działań PR, będące równocześnie instytucjami cieszącymi się szczególnym zaufaniem społecznym, powinny być bardzo wrażliwe na przekazywanie rzetelnego, wolnego od zniekształceń, ale równocześnie zachęcającego do odwiedzin przekazu PR.

¹ Stan z dnia 01.08.2023 r.

Kodeks etyki public relations drogowskazem dla praktyków

Środowisko praktyków i teoretyków public relations w Polsce może mówić o dużych osiągnięciach i współpracy w zakresie stosowania wysokich standardów PR. Do tradycji należą już wspólnie organizowane cykliczne spotkania, takie jak: odbywający się w Rzeszowie coroczny Kongres Profesjonalistów Public relations (ostatni, XXIII z kolei, odbył się w dniach 21–22.09.2023 r.) czy też konferencje pod hasłem *Etyka Public relations* (odbyły się dotychczas trzy, w 2019, 2021 i 2022 r., a patronował im Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Uniwersytet Warszawski i Uniwersytet Gdański).

Działające w branży organizacje zawodowe posiadają własne kodeksy etyczne:

- Polskie Stowarzyszenie Public relations – Kodeks Etyki PSPR (1996);
- Związek Firm Public relations – wcześniejszy Kodeks z 2004 r. oraz aktualny Kodeks Etyki PR z 2019 r. opracowany przez Piotra Czarnowskiego i Grzegorza Szczepańskiego w oparciu o pryncypia i wartości etyczne Standardów profesjonalnego public relations [16];
- Stowarzyszenie Agencji Public relations – Standardy profesjonalnego public relations przyjęte w akcie założycielskim Stowarzyszenia (2020).

Obok kodeksów etycznych, na stronach internetowych stowarzyszeń/związków PR dostępne są również kodeksy dobrych praktyk i międzynarodowe deklaracje ds. komunikacji społecznej. Także stowarzyszenia bibliotekarskie w Polsce i na świecie proponują własne kodeksy etyki skierowane do bibliotekarzy i pracowników informacji, w których uwzględniane są m.in. aspekty komunikacyjne. W Polsce w 2005 r. opracowany i opublikowany został *Kodeks etyki bibliotekarza i pracownika informacji* [13].

Wspomniane wcześniej standardy, przyjęte przez Stowarzyszenie Agencji Public relations (SAPR), zostały opublikowane w 2020 r. w książce *Standardy profesjonalnego public relations* pod redakcją naukową Jerzego Olędzkiego [16]. Jest to, można powiedzieć, swego rodzaju „Biblia” public relations. Zawiera kodeks etyki PR zatytułowany *Standardy profesjonalnego public relations* (w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej), przygotowany przez Społeczny Zespół Ekspertów PR, w którym znaleźli się: Jacek Barlik, Ewa Hope, Jerzy Olędzki oraz Krystyna Wojcik. Obszerną część monografii stanowią artykuły naukowe autorstwa kilkunastu wybitnych specjalistów, podejmujących różne aspekty etyki PR.

Wśród tych głosów ważna jest wypowiedź Krystyny Wojcik, która dokonała szczegółowych analiz i na ich podstawie wyjaśniła przyczyny obecnych kłopotów PR z etyką. Uważa ona, że: „Najpowszechniejsze i najpoważniejsze – obok mówienia nieprawdy – wśród nieetycznych zachowań w działalności komunikacyjnej w PR, jest wprowadzanie odbiorców w błąd oraz dwa jego podstawowe uwarunkowania: (1) brak znajomości zasad komunikowania i (2) postępująca symbioza funkcji piarowych i marketingowych. Pragmatyzm praktyki marketingu postrzega PR jako współcześnie atrakcyjne i efektywne źródło konkretnych korzyści marketingowych wynikających z tworzonego przez PR wizerunku i reputacji organizacji oraz szczególnych walorów PR jako kanału komunikowania społecznego. Ponadto PR postrzegany jest jako substytut komunikacji reklamowej, która jest kosztowna

i ograniczona wieloma regulacjami. W tych warunkach zachowanie etyczności staje się współcześnie dla PR bardziej problematyczne niż kiedykolwiek przedtem”. I dalej: „włączenie public relations do zintegrowanej komunikacji marketingowej w charakterze jednego z jej licznych instrumentów rozszerzyło zasadniczo sferę komunikowania piarowego o treści związane z ofertą, co stwarza zagrożenie uczestnictwem PR we wprowadzaniu w błąd na niespotykaną dotychczas skalę” [27].

Diagnoza Krystyny Wojcik wyjaśnia przyczynę skomplikowanej sytuacji PR w dzisiejszej rzeczywistości, tak silnie naznaczonej marketingiem i mediatyzacją, co widać także w pracy bibliotek. W świecie przepelnionym informacją, technologią i komunikacją łatwo jest wprowadzać odbiorców w błąd. Włączenie PR w realizację zadań marketingowych wpływa na coraz częstsze celowe korzystanie ze zmyśleń i manipulowanie informacją w sposób sprzeczny z interesem jej odbiorców. Już sam sposób podania prawdziwej informacji może wpłynąć na jej błędne rozumienie przez odbiorcę. Komunikacja z otoczeniem staje się niewiarygodna wtedy, gdy specjalista PR przekazuje informacje, co do których sam ma wątpliwości, czy są prawdziwe; mówi o czymś, do stwierdzenia czego nie ma podstaw, na temat czego nie jest w stanie podać niepodważalnych dowodów; udziela więcej lub mniej informacji niż jest to konieczne; stosuje nieuczciwe techniki argumentacji, argumentację jednostronną; wykorzystuje stereotypy, nieuprawnione uogólnienia, obiegowe opinie; zniekształca cudze wypowiedzi/źródła lub podaje je bez kontekstu [27, s. 46–48]. Efekty wymienionych sposobów informowania Wojcik ilustruje dwoma przykładami – pierwszy z nich dotyczy zmylenia w opisie produktu, drugi w autoprezentacji organizacji: (1) „Na opakowaniu wyrobu cukierniczego obrazek kury na zielonej trawie, a na etykiecie petitem napisane, że do wypieku użyto jaj sproszkowanych”; (2) „O organizacji, która jest wytwórcą, nadawca mówi, że w ostatnim roku osiągnęła duży postęp jako podmiot odpowiedzialny ekologicznie; używa przy tym mylącego argumentu o podwójnym w ostatnim roku wzroście udziału produkcji ekologicznej; jest to prawdą, tyle tylko że ten udział wzrósł z 2% do 4% ogółu produkcji” [27, s. 47].

Przywołane zmylenia ilustrują tzw. *greenwashing*, czyli „zielone mydlenie oczu”, „eko-ściemę”, „zielone kłamstwo”, które polega na wywoływaniu wrażenia u klientów poszukujących ekologicznych towarów, że dany produkt lub przedsiębiorstwo go wytwarzające odpowiada zasadom ekologii i ochrony środowiska. Również idea zrównoważonego rozwoju używana jest dziś często w wyrafinowanej perswazji marketingowej jako narzędzie manipulacji. Korzystają z niej kampanie koncernów paliwowych (BP, Chevron, ExxonMobil, Shell i TotalEnergies), o których mówi się w prasie, że są „wielką ściemą za wielkie pieniądze”.

Szczegółowe badania w tym obszarze prowadzą wyspecjalizowane instytucje, takie jak np. londyński think-tank InfluenceMap, którego raport został udostępniony publiczności światowej. Dowiadujemy się więc, że stacje benzynowe pokrywane są panelami fotowoltaicznymi, a do tego w komunikatach medialnych dominują wyrazy troski o klimat i zapewnienia o „ekologicznych paliwach”, podczas gdy faktyczne działania firm mają zupełnie inny kierunek. Koncerny paliwowe w ten sposób wpisują się w wizję świata postprawdy – świata, który nie istnieje. Brytyjski *The Guardian* w 2019 r. ustalił, że zaledwie 20 firm na świecie odpowiada za 35% emisji gazów cieplarnianych w sektorze energetycznym. Według badań

wspomnianego think-tanku w 2021 r. aż 60% publicznych komunikatów wspomnianych pięciu koncernów zawierało co najmniej jedno „zielone” twierdzenie. Największy nacisk kładły na to Shell (70% komunikatów) i ExxonMobil (65%). Warto nadmienić, że światowy gigant – brytyjsko-holenderski koncern paliwowy Shell – w trakcie wydobywania ropy naftowej w Nigerii miał dwukrotnie awarię instalacji. W latach 2008–2009 zniszczył i zanieczyścił tamtejsze ziemie uprawne i łowiska, a do wód i gruntów trafiło od 500 do 600 tys. baryłek ropy. Dopiero w 2015 r. zgodził się on zapłacić odszkodowanie nigeryjskim farmerom i rybakom. W tym samym 2021 r., według omawianego raportu, koncerny z grupy Big Oil przeznaczyły średnio tylko 12% wydatków na inwestycje, które miały ograniczyć emisję szkodliwych substancji do środowiska naturalnego. Inaczej wygląda to w ich komunikacji proekologicznej – razem wydają rocznie 750 mln dolarów na działania komunikacyjne związane z klimatem [6]. Swoją drogą w 2020 r. *The Guardian* przeanalizował 78 terminów związanych z klimatem w wyszukiwarce Google. Badania te potwierdzają, że to właśnie firmy zajmujące się wydobywaniem i przetwarzaniem paliw kopalnych oraz takie, które ściśle z nimi współpracują, masowo wykupują w Google proekologiczne reklamy. Opłacana jest przez nie co piąta reklama [10].

Przedstawione przykłady sugerują, że w tworzeniu proekologicznego wizerunku koncernów paliwowych uczestniczą także doradcy PR. Oznaczałoby to podporządkowanie działań komunikacyjnych oczekiwaniom właścicieli i menedżerów tychże koncernów, przyjmowanie ich punktu widzenia i przekazywanie opinii publicznej informacji na temat głębokiej troski o środowisko przyrodnicze, co jest wprowadzaniem w błąd. Według przywołanych danych koncerny te wydają więcej na proekologiczne komunikowanie niż na inwestycje ograniczające emisję gazów.

Dobro wspólne i dylematy etyczne

Kodeks etyczny w każdym zawodzie (w tym także w zawodzie bibliotekarza i pracownika informacji) stanowi drogowskaz postępowania według przyjętej filozofii moralnej, zgodnie z którą dana osoba dokonuje właściwego wyboru moralnego i przestrzega określonych wartości. Nie jest on zatem zbiorem przepisów, których nieprzestrzeganie skutkuje konsekwencjami przewidzianymi w prawie, w tym także karnym. Funkcją kodeksu etycznego jest ujednolicenie postaw pracowników i ich konsolidacja wokół tworzenia etosu zawodowego, a także dążenie do profesjonalizmu i pozyskania zaufania społecznego. Dla przykładu w zawodzie lekarza już od czasów starożytnych składano Przysięgę Hipokratesa, której główne przesłanie mówi: „po pierwsze nie szkodzić” (łac. *primum non nocere*). Także dziś integralną częścią Kodeksu etyki lekarskiej są słowa przyrzeczenia lekarza, według których dzięki swej wiedzy i umiejętnościom będzie starał się pomagać chorym, nigdy zaś nie będzie szkodzić.

Specjalista PR podobnej przysięgi nie składa, lecz – należy przyjąć, że każdy rozpoczynający pracę w branży zapoznaje się obowiązkowo z kodeksem etyki swojego zawodu. W przypadku zawodu specjalisty PR chodzi również o słuźenie, a nie szkodzenie dobru wspólnemu, które w tym kontekście należy rozumieć jako przestrzeganie przyjętych wartości istotnych

dla funkcjonowania całego społeczeństwa. Dobro wspólne (łac. *bonum commune*) wyklucza posługiwanie się kłamstwem oraz podejmowanie działań prowadzących do uzyskania czegoś czymś kosztem, powodowanie sytuacji, w której ktoś zostanie oszukany i poniesie straty po to, by inny zyskał. Dbanie o interes ogółu kształtuje życie społeczne i stanowi element porządku demokratycznego. Choć samo pojęcie dobra wspólnego wydaje się dość ogólne i trudne do skonkretyzowania, to jest ono jednak realne i mocno osadzone w sferze publicznej. Aby przynosiło korzyści *pro publico bono*, należy je przyjąć jako stały punkt odniesienia, określoną ideę, o którą trzeba ciągle dbać i stale ją aktualizować. Nie można lekceważyć dobra wspólnego – przestrzega Dominique Wolton, francuski socjolog, teoretyk mediów i komunikacji – ponieważ stanowi to główną przyczynę wszelkich kryzysów: politycznych, ekonomicznych, wojennych i finansowych. I tak na przykład kryzys z 2008 r. określił on kryzysem informacji finansowej, która wymknęła się spod kontroli [28, s. 6].

Fraza *profesjonalizm = etyka* w public relations jest bardzo sugestywna i akcentuje ważność etyki. Oczywiście profesjonalizm w każdym zawodzie kształtuje nie tylko etyka, lecz także specjalistyczna wiedza, odpowiednie umiejętności, wykształcenie i odbyte staże zawodowe. Pragmatykę zawodową określają zazwyczaj stosowne przepisy prawne (np. rozporządzenia ministerialne i instytucjonalne regulaminy), ustalające wymogi i standardy dotyczące wykształcenia, kompetencji, warunków rozwoju zawodowego i podwyższania kwalifikacji, stopni awansu i ich osiągania, kryteria systemu oceny pracy i wynagradzania. Urzędowym poświadczeniem kwalifikacji zawodowych jest także uzyskanie licencji, stosowane w wielu profesjach. Aktualnie dostępne w wyszukiwarce zawodów dane dotyczą tylko opisu zawodu „specjalista do spraw public relations”, kod 243203 [21]. Może właśnie wypracowanie wymienionych formalnych wymogów na wzór innych zawodów (np. nauczycielskiego czy pracowników informacji) przyczyniłoby się do powstania klarownych ram obowiązków i praw w zawodzie PR. Wśród nich ważne miejsce zajmują standardy etyczne, bo – jak pisze Ewa Hope: „Wiedza, doświadczenie, znajomość narzędzi PR nie decydują jeszcze o profesjonalizmie. Dopiero korzystanie z nich z odpowiedzialnością i świadomością konsekwencji – dla zleceniodawcy, społeczeństwa i samego wykonawcy, oraz podejmowanie starań, aby działania nie były destrukcyjne dla żadnej ze stron, może w pełni zasługiwać na miano działań profesjonalnych” [11, s. 65]. Specjalista PR stoi przed trudnym zadaniem, działa bowiem w obszarach „między” zróżnicowanymi oczekiwaniami i interesami uczestników procesu komunikacji PR, stąd dylematy etyczne. Jak uzgodnić i pogodzić często rozbieżne interesy i punkty widzenia zleceniodawców, interesariuszy i społeczeństwa? – z pewnością nie jest to łatwe zadanie.

W kontekście zawodu bibliotekarza trafne konkluzje przedstawił Jan Wołosz wskazując, że: „Podstawowymi wartościami moralnymi, określającymi misję zawodu, są: „ochrona wolności intelektualnej, prawa do swobodnego wyrażania myśli, prawa do swobodnego dostępu do wiedzy, informacji i kultury oraz przestrzeganie zasady neutralności w sprawach ideologii, życia politycznego i religii. Bibliotekarze i pracownicy informacji winni być osobami godnymi zaufania publicznego” [13, s. 3]. Bibliotekarze zajmujący się działaniami PR także powinni stosować się do tych zasad, traktując je jako fundament etyczny w swojej pracy.

Dylematy instytucjonalne

Rozwijający się krajowy rynek pracy, w tym branży PR, spowodował potrzebę stworzenia instytucji reprezentującej całe środowisko w sferze edukacji i promowania standardów etycznych. Efektem tej inicjatywy było powołanie w lutym 2006 r. w wyniku porozumienia Polskiego Stowarzyszenia Public relations (PSPR), Związku Firm Public relations i Fundacji internetPR.pl, Rady Etyki Public relations (REPR). W podpisanych dokumentach przyjęto zasady funkcjonowania i powoływania do składu Rady (początkowo po trzech przedstawicieli z każdej organizacji założycielskiej). Radę zobligowano również do wydawania opinii dotyczących etycznego aspektu praktyk rynkowych istotnych dla funkcjonowania branży PR i wydawania orzeczeń co do konkretnych sytuacji rodzących podejrzenia o stosowanie praktyk niezgodnych ze standardami etyki. Nowy podmiot został zatem wyposażony w instrumenty realnego oddziaływania (opinie, orzeczenia) na firmy, agencje i pracowników branży PR [20].

W ostatnich latach, po rezygnacjach dwóch organizacji założycielskich, skład REPR uległ redukcji – Fundacja internetPR.pl delegowała swoich przedstawicieli do Rady wyłącznie w latach 2006–2016, a w czerwcu 2020 r. wycofanie swoich reprezentantów ogłosiło Polskie Stowarzyszenie Public relations. W rezultacie pozostały w składzie Rady w kadencji 2019–2022 tylko trzy osoby delegowane przez Związek Firm Public relations. Ostatni wpis na stronie REPR datowany jest na 15.01.2020, co sugeruje wątpliwość, czy Rada jeszcze funkcjonuje [18; 19].

Warto przytoczyć argumenty wycofania delegatów przez PSPR w 2020 r. Jak stwierdziła Luiza Jurgiel-Żyła, prezeska PSPR: „Etyka tworzy fundament branży. Jest drogowskazem dla kolejnych pokoleń PR-owców. Jeśli ten obszar nie jest objęty szczególną troską przez ekspertów branżowych, może być postrzegany jako relikwiarz przeszłości czy idealna wizja świata, nieużyteczna dla praktyków” [18]. Zwróciła ona ponadto uwagę na następujące problemy:

- brak realnego zapotrzebowania na rozpatrywanie skarg i zgłoszeń w trybie zbliżonym do sądu koleżeńckiego (od lat nie wpływają do Rady wnioski od firm lub osób prywatnych, a średnia orzeczeń i opinii wydawanych z inicjatywy organizacji branżowych lub własnej inicjatywy Rady to 1,5 orzeczenia lub opinii rocznie);
- Rada bez przyjętych wniosków jest wręcz „regulaminowo” nieaktywna i niewidoczna, po prostu w praktyce nie istnieje dla środowiska;
- brak osobowości prawnej REPR sprawia, że w razie pozwu o zniesławienie odpowiedzialność osobistą ponosi każdy z jej członków;
- Rada powinna wydawać jednoznaczne opinie/orzeczenia, czytelne, możliwe do praktycznego zastosowania, jasno pokazywać, co jest niedopuszczalne, a co dopuszczalne, a także rekomendować, co w danej sytuacji czy zjawisku jest wskazane jej zdaniem; obecnie bywa z tym różnie, regulamin temu nie sprzyja [18].

Z przytoczonych słów jasno wynika, że przedstawiciele zawodu PR potrzebują silnej, aktywnej i decyzyjnej Rady, sprawnie działającej w oparciu o zmieniony regulamin oraz większej w niej reprezentacji osób z branży.

Perspektywa filozoficzna

Rozważania nad etyką warto zakończyć refleksją natury filozoficznej i zapytać o to, czy w ogóle etyki zawodowe nie są sprzeczne z zasadami etyki ogólnej, stanowiącej powszechnie uznawaną hierarchię wartości (norm) oraz czy kodeksy etyczne mają sens, jeśli ich zawartość i forma nie gwarantują skutecznego przeciwdziałania nieetycznym praktykom? [8].

Odpowiedzi na powyższe pytania postanowili także udzielić Leszek Bartkowiak i Tomasz Maksymiuk, zawodowo związani z medycyną, którzy w dwuczęściowym artykule przedstawili argumenty przeciwników kodeksów etycznych oraz wnioski z własnych badań przeprowadzonych w oparciu o bogatą literaturę przedmiotu [2; 3]. Uwzględnili oni także poglądy wybitnych autorytetów w dziedzinie filozofii i etyki, uczestniczących w debacie wokół etyki zawodowej, zainicjowanej przez redakcję czasopisma *Etyka* (*Etyka*, r. 1994). Omówili osiem zarzutów stawianych przez przeciwników etyk zawodowych i tworzenia kodeksów etycznych, które mówią o tym, że: (1) Kodeksy etyczne są zbędne. (2) Etyka zawodowa jest interesowna. (3) Kodeks niszczy namysł moralny i usiłuje zastąpić refleksję moralną gotowymi instrukcjami. (4) Funkcjonowanie kodeksów etyki jest szkodliwe dla relacji międzyludzkich. (5) Moralność zawodowa jest sprzeczna z moralnością ogólnoludzką. (6) Nie wolno zmieniać hierarchii wartości (kodeksy wprowadzają relatywizm moralny). (7) Kodeksy nie kształtują moralności. (8) Nie każdy zawód powinien mieć etykę zawodową [2; 3].

Jeśli przyjąć, że kodeks etyki zawodowej przekształca świat wartości i obowiązków w uporządkowany instruktaż moralnego postępowania, to sprowadza on problem odpowiedzialności do posłuszeństwa przepisom, a nie do indywidualnej refleksji i moralności człowieka – jego wewnętrznego uzgodnienia z normami, których przestrzegania powinniśmy wzajemnie od siebie wymagać. W idealnej postaci kodeks ma być zbiorem abstrakcyjnych decyzji, zastępujących konkretną decyzję, którą należy podjąć „tu i teraz” w danej, realnej sytuacji. Jaki jest zatem cel kodyfikacji etyki zawodowej? Z pewnością chodzi o jednoznaczne i sformalizowane określenie minimum moralnego, którego przekraczać nie wolno, wtedy kodeks staje się instrumentem dyscyplinowania osób naruszających te reguły, bowiem innych narzędzi egzekwowania odpowiedzialności i sankcji kodeks nie ma i nie przewiduje. W przypadku niektórych zawodów regulacja etyczna stanowi jednak cenne uzupełnienie regulacji prawnej, na co zwrócili uwagę Bartkowiak i Maksymiuk [2; 3].

Nie bez znaczenia pozostaje edukacyjna rola kodeksu etycznego, ważna szczególnie w zawodach nowych i niemających ugruntowanej tradycji, tam, gdzie nie wypracowano jeszcze sprawdzonych wzorców i sposobów rozstrzygnięcia w sytuacjach konfliktowych, a zwłaszcza reguł kontroli środowiska zawodowego nad swoimi członkami [17]. Wydaje się, że ta konstatacja dotyczy też zawodu public relations, jak również specjalistów z tego obszaru zatrudnionych w bibliotekach, którzy dopiero nabierają wprawy i opracowują pierwsze wzorce oraz standardy dotyczące komunikowania się marketingowego, w tym komunikacji elektronicznej oraz komunikacji z młodszym czytelnikiem, która powinna być prowadzona z uwagą i troską oraz z zachowaniem szczególnie rygorystycznych zasad etycznych.

Public relations vs. propaganda

Znana sentencja mówi, że „słowa uczą, przykłady pociągają”. W nauczaniu korzysta się z dobrych i złych przykładów, ponieważ obydwa rodzaje mają określony potencjał oddziaływania na wyobraźnię, zapadają w pamięć i kształtują wrażliwość, a jednocześnie uczą odróżniania dobra i zła jako kategorii etycznych. Edukacja w zawodzie PR powinna także uwzględniać tę zasadę, ostrzegać przed manipulacją opinią publiczną i stosowaniem mechanizmów propagandy. Samo zjawisko manipulacji jest stare jak świat, ale to dziś dopiero, w czasie wszechobecnych mediów, nadmiaru informacji, dezinformacji i fake newsów, społeczeństwo stało się obiektem jej oddziaływań w dotąd niespotykanym wymiarze. Jedna z najnowszych w literaturze polskiej definicji manipulacji głosi, że jest to „taki sposób oddziaływania na innych, że – zarówno wtedy, gdy nie są tego świadomi, jak i wtedy, gdy wiedzą, o co chodzi i co się święci – zostają jednak przez zastosowany podstęp pozbawieni zdolności do samostanowienia lub ograniczeni w swej racjonalności, suwerenności, zdolności do wyboru, samokontroli, tak, że choćby mimowolnie ulegają skutkom cudzych komunikatów lub manewrów” [12, s. 301].

Propaganda związana przede wszystkim z komunikacją polityczną, stanowi narzędzie sprawujących władzę i tych, którzy dążą do jej sprawowania. W swym przekazie łączy komunikowanie informacyjne i perswazyjne, kontroluje przepływ informacji, kieruje opinią publiczną i manipuluje wzorcami zachowań. Jest to zjawisko nieobce (i potwierdzone historycznie) zarówno na rynku książki, jak i w obszarze działania bibliotek. O propagandzie w kontekście rynku książki i funkcjonowania bibliotek można było nie tak dawno czytać w pracy zbiorowej pod redakcją Dariusza Kuźminy pt. *Bibliologia polityczna* [14].

Wracając jednak do ogólnych rozważań – mechanizm kontroli państwa nad społeczeństwem określił Noam Chomsky, który pisał na ten temat następująco: „dzierży się pałką nad głowami obywateli i korzysta z niej, jeżeli się wychyla poza przewidziane granice. Możliwość taką jednak traci się, im bardziej społeczeństwo staje się wolne i demokratyczne, dlatego też należy się uciec do technik propagandowych. Logika jest oczywista: propaganda jest dla demokracji tym, czym pałka dla państwa totalitarnego” [7, s. 26].

Problem relacji między demokracją, propagandą i public relations podjął ostatnio Mirosław Lakomy, politolog i medioznawca [15]. Główny punkt odniesienia jego badań stanowią teoretyczne i praktyczne dokonania Edwarda Bernaysa (1891–1995), uznawanego za „ojca” public relations i propagandy [4; 5]. Lakomy określił propagandę mianem prekursora współczesnego public relations oraz użył terminu „doktryna bernaysizmu”. Jednocześnie wyjaśnił, że współczesne public relations nie jest utożsamiane z propagandą, a na gruncie funkcjonujących obecnie kodeksów etyki zawodowej PR, „etyka Bernaysa” jest niedopuszczalna [15, s. 13]. Powód stanowią metody stosowane przez Bernaysa, które Lakomy zaprezentował na przykładzie dziesięciu wybranych jego kampanii o charakterze biznesowym i politycznym [15, s. 97–127].

Jedna z nich, opisana jako „Przypadek Gwatemali – strategia regime change (zmiana reżimu)” razi wyrafinowaniem i bezwzględnością oraz okrucieństwem skutków podjętych działań [15, s. 117–121]. Oto kilka faktów: Bernays w 1948 r. został dyrektorem public

relations w firmie United Fruit Company (UFC), która od 1900 r. była największym na świecie eksporterem bananów, także do Stanów Zjednoczonych. Działała w Gwatemali i całej Ameryce Środkowej, współpracowała z lokalnymi dyktatorami i sprawowała tyrański monopol w zakresie produkcji i komercjalizacji bananów, przez co miejscowa ludność postrzegała ją jako sprawcę ich niedoli. W 1950 r. w Gwatemali, w trakcie demokratycznych wyborów, urząd prezydenta objął socjaldemokrata – pułkownik Jacobo Arbenz Guzman. W jego programie wyborczym znalazło się wiele prospołecznych zmian, w tym reforma rolna i postulat znacjonalizowania amerykańskiej firmy United Fruit. Interesy i zyski firmy stały się niepewne, więc Bernays otrzymał zlecenie rozwiązania tego problemu. Skorzystał z wcześniejszych doświadczeń pracy w Komitecie Creela (1917–1919) i analogicznie zastosował sprawdzoną już wcześniej strategię zagrożenia dla amerykańskiej demokracji i amerykańskich wartości. Hasłem kampanii stała się konieczność obrony demokracji w czasach zimnej wojny ze Związkiem Radzieckim, co bazowało na lęku przed rozprzestrzenieniem się „czerwonej zarazy”. W budowaniu narracji o komunistycznym zagrożeniu posłużył się tradycyjnie grupą wpływowych dziennikarzy, których wysłał do Gwatemali na przygotowane spotkania z wybranymi miejscowymi politykami, niechętnymi nowemu prezydentowi. Ci z kolei mieli przekonać dziennikarzy z USA, że Arbenz jest marionetką Moskwy. Sztab Bernaysa przygotował jeszcze wiele innych wymyślonych wydarzeń, takich jak m.in. prowokacyjne antyamerykańskie demonstracje w stolicy Gwatemali w czasie wspomnianej wizyty dziennikarzy. Stworzył ponadto fikcyjną agencję informacyjną, fabrykującą komunikaty prasowe o sowieckim planie zorganizowania w Gwatemali przyczółku do inwazji na Stany Zjednoczone; wprowadził tzw. „falszywki”, czyli anonimowych, „autorytatywnych” informatorów, na których się powoływał w swoich publikacjach; wykreował wizerunek prezydenta Arbenza jako marionetki Związku Radzieckiego i zaangażował językoznawców, którzy wykryli podobieństwa w dykcji ludzi z nim związanych i Kremla; sfabrykował tekst pt. *Komunizm w Gwatemali – 22 fakty*; rozwinął intensywny lobbying firmy United Fruit wśród członków amerykańskiego Kongresu i tym samym przeniósł konflikt z poziomu biznesowego na polityczny.

Wzmóżona propaganda przeciwko Gwatemali zakończyła się zgodą prezydenta Dwighta Eisenhowera na rozpoczęcia interwencji w sierpniu 1953 r. Pucz zapoczątkował okrutny terror i niemal 40-letnią wojnę domową, która pochłonęła życie około 200 tys. Gwatemalczyków oraz podważyła zaufanie do USA w regionie Ameryki Łacińskiej [15, s. 121].

Edward Bernays przygotował propagandową oprawę krwawego zamachu stanu w Gwatemali i stworzył precyzyjnie przemyślaną strategię PR, w jaki sposób wpłynąć i kształtować opinię Amerykanów w tej sprawie. Lakomy twierdzi, że to specyficzny kod etyczny Bernaysa pozwolił mu na udział w tak mrocznym przedsięwzięciu. Te niemoralne działania miały jednak solidne teoretyczne podstawy, które Bernays zaprezentował już znacznie wcześniej w dwóch swoich książkach: *Krystalizacja opinii publicznej* (1923) i *Propaganda* (1928). Ujawnił w nich tajniki, których zastosowanie w praktyce – jak się okazało – miało być niezwykle skuteczne. W kontekście gwatemalskiej operacji słowa Bernaysa brzmią niczym samospełniające się proroctwo: „Istotą społeczeństwa demokratycznego jest

świadome i inteligentne sterowanie zachowaniami oraz opiniami tłumu. Ci, którzy manipulują tymi zachodzącymi w społeczeństwie procesami, tworzą niewidoczny rząd sprawujący rzeczywistą władzę nad krajem” [5, s. 19].

Można powiedzieć, że to swoista inżynieria społeczna. Bernays znał jej podstawy naukowe i mistrzowsko stosował w praktyce, korzystając z teorii wpływu na zachowania ludzi i metod perswazji oraz nowych dyscyplin, takich jak psychologia tłumu, psychologia społeczna, socjologia społeczna, a także psychoanaliza Zygmunta Freuda (prywatnie Bernays był jego bratankiem i w dużym stopniu przyczynił się do upowszechnienia teorii Freuda w Stanach Zjednoczonych). Bernays uważał, że społeczeństwem rządzi mentalność tłumu, dlatego można nim łatwo manipulować, nie za pomocą racjonalnych argumentów, ale poprzez odwoływanie się do emocji. Opracował naukowe podstawy tzw. „fabrykowania przyzwolenia” i kreowania opinii publicznej. Jego klientami byli przedstawiciele amerykańskich elit biznesowych i politycznych z kręgów rządowych i wielkich korporacji. Pod koniec aktywności zawodowej i długiego życia Bernays dokonał akcji rebrandingowej, próbując oczyścić się z wcześniejszych poglądów i metod działania. W 1992 r. zaangażował się w kampanię na rzecz rejestracji działalności PR-owej i opowiedział się za podniesieniem public relations do rangi licencjonowanego zawodu oraz jego zdefiniowania na gruncie etyki oraz przestrzegania przyjętego kodeksu etyki. Łakomy dopuszcza też taką możliwość, że wystąpienie Bernaysa w 1992 r. na konwencji zorganizowanej przez Association for Education in Journalism and Mass Communication było rodzajem rozgrzeszenia, ale też że reprezentowana przez niego postawa była kolejną grą podjętą w celu ochrony rynku usług PR przed konkurencją, która dostrzegła duże możliwości zarobkowania [15, s. 122–126].

Podsumowanie

Na zakończenie należałoby zapytać, co wynika zarówno z nieetycznych praktyk współczesnego PR-u, jak i z jego historycznych korzeni? Przede wszystkim wyzwanie dla edukacji, która powinna uwzględniać wiedzę z historii kształtowania się zawodu PR i uczyć się na popełnionych w przeszłości błędach, by uzmysłwić sobie skutki lekceważenia kategorii prawdy w dyskursie publicznym, nieetycznego komunikowania i przedmiotowego podejścia do opinii publicznej.

Świadomość faktu, że public relations – w praktyce i teorii – nie zawsze występowało po stronie otwartości, etyki i prawdy, powinna stale skłaniać do krytycznej refleksji. Stąd też budujące są głosy doświadczonych praktyków w branży PR, którzy wyrażają nadzieję, że etyczna komunikacja jest najlepszym biznesem i wszystkim nam jest potrzebna [9, s. 285–292]. Jeśli chodzi o teorię, to widoczne są powolne zmiany w sposobie traktowania publiczności, postrzeganej już nie tylko jako przedmiot oddziaływania komunikatów zawierających punkt widzenia zlecniodawców (biznes, globalne korporacje, polityka), lecz także jako strona dialogu w debacie publicznej. O nowych tendencjach w akademickim PR pisze m.in. Jacek Barlik w recenzji książki *Public relations Theory III: In the Age of Publics*, prezentując syntetycznie trzy etapy jego rozwoju. [1].

Jeśli chodzi o biblioteki, to ich „strategie PR są coraz lepiej przemyślane i opracowane. Przybierają bardziej skomplikowane formy, a nierzadko mają wręcz wysublimowany charakter. Jest to pochodną dostrzeżenia dużej roli, jaką odgrywa komunikacja we współczesnym systemie zarządzania informacją naukową. Zarówno public relations, jak i wszelkie działania marketingowe zyskują w ostatnich latach uznanie wśród kadry zarządzającej bibliotekami. Wynika to zapewne z dostrzeżenia wielorakich możliwości, jakie działania te oferują oraz z zaprzestania postrzegania marketingu jako «niepohamowanego dążenia do osiągnięcia zysku», lecz «koncepcji zarządzania, która może dotyczyć wszelkich organizacji, niezależnie od ich nastawienia wobec osiągnięcia zysku» [24, s. 194]. Warto w tym miejscu nadmienić, że „praca w rozmaitych bibliotekach coraz bardziej się różni, różne są również oczekiwania pracujących w nich bibliotekarzy oraz klientów. Takie samo postępowanie może być rozmaicie rozpatrywane w zależności od pełnionej w bibliotece funkcji, stażu pracy, sytuacji materialnej czy przyjętej kultury organizacyjnej. W różnych kulturach organizacyjnych preferowane są bowiem odmienne systemy wartości i sposoby postępowania” [26, s. 184]. Jak pisze Anna Wałek: „inaczej PR postrzegają ekonomiści, inaczej politycy, działacze społeczni, organizacje charytatywne, ruchy ekologiczne, mniejszości etniczne, ruchy religijne, uczelnie, instytucje publiczne czy organizacje non profit. Nie bez znaczenia jest również wykształcenie i przygotowanie strategów PR oraz badaczy zajmujących się teorią i praktyką public relations. [...] Wpływ na kierunki rozwoju, zakres działalności, wybór narzędzi, a także metod oddziaływania mają ludzie o różnych zainteresowaniach, odmiennych doświadczeniach, dysponujący zróżnicowanymi zasobami, możliwościami oraz warsztatem badawczym. W konsekwencji mamy do czynienia z brakiem spójności, eklektyzmem i heterogenicznym charakterem badań nad PR, jak i samym rozumieniem potrzeb i wymagań tej dyscypliny” [23, s. 545]. Potrzebne są zatem dalsze badania, które lepiej uwidoczniłyby specyfikę PR w różnych sektorach, w tym w sektorze informacji i kultury, a także zachowania pracowników oraz oczekiwania społeczeństwa względem tej dyscypliny i praktyki zawodowej.

Bibliografia

1. BARLIK Jacek. Public relations Theory III: In the Age of Publics, red. Carl H. Botan, Erich J. Sommerfeldt. *Studia Medioznawcze*. 2023, nr 2, s. 215–219. ISSN 2451-1617.
2. BARTKOWIAK Leszek, MAKSYMIOUK Tomasz. O potrzebie kodeksu etyki zawodowej i argumentach przeciwnych – część I. *Medyczna Wokanda*. 2019, nr 12, s. 23–36. ISSN 2081-4143.
3. BARTKOWIAK Leszek, MAKSYMIOUK Tomasz. O potrzebie kodeksu etyki zawodowej i argumentach przeciwnych – część druga. *Medyczna Wokanda*. 2019, nr 13, s. 18–27. ISSN 2081-4143.
4. BERNAYS Edward L. *Krystalizacja opinii publicznej*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2019. ISBN 978-83-7982-355-0.
5. BERNAYS Edward L. *Propaganda*. Wrocław: Wydawnictwo Wektory, 2020. ISBN 978-83-65842-38-1.
6. BUJALSKI Szymon. Koncerny paliwowe wydają fortunę na reklamę. Tymczasem wpędzają świat w kryzys. In *Zielona Interia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://zielona.interia.pl/klimat/news-koncerny-paliwowe-wydaja-fortune-na-reklame-tymczasem-wpedzaj,nld,6287560#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome. Stan z dnia 20.08.2023.
7. CHOMSKY Noam. *Media Control. The spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press, 1997. ISBN 1-888363-49-5.

8. CZAKON Tomasz. Czy kodeksy etyczne mają sens? *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie / Politechnika Śląska*. 2017, z. 112, s. 135–145. ISSN 1641-3466.
9. CZARNOWSKI Piotr, SZCZEPAŃSKI Grzegorz. Etyka w praktyce polskiego PR (2020). In OLEŃDZKI Jerzy (red.). *Standardy profesjonalnego public relations*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW, 2020, s. 285–292. ISBN 978-83-8090-822-2.
10. Giganci paliwowi masowo wykupują reklamy w Google związane ze zmianami klimatu. In *Zielona Interia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://zielona.interia.pl/klimat/news-giganci-paliwowi-masowo-wykupuja-reklamy-w-google-zwiazane-ze-,nId,5758373>. Stan z dnia 28.08.2023.
11. HOPE Ewa. Public relations w społeczeństwie. In OLEŃDZKI Jerzy (red.). *Standardy profesjonalnego public relations*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW, 2020, s. 63–78. ISBN 978-83-8090-822-2.
12. KARWAT Mirosław. *Manipulacja. Rewizja stereotypów*. Warszawa: Difin, 2022. ISBN 978-83-8270-154-8.
13. *Kodeks etyki bibliotekarza i pracownika informacji*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2005. ISBN 83-89316-44-7.
14. KUŹMINA Dariusz. *Bibliologia polityczna*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2011. ISBN 978-83-61464-88-4.
15. LAKOMY Mirosław. *Doktryna Bernaysa. Demokracja – między propagandą a public relations*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum, 2019. ISBN 978-83-7614-436-8.
16. OLEŃDZKI Jerzy (red.). *Standardy profesjonalnego public relations*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW, 2020. ISBN 978-83-8090-822-2.
17. PAWLIK Wojciech. Niecnota uregulowana. *Etyka*. 1994, t. 27, s. 171–174. ISSN 0014-2263.
18. POLSKIE STOWARZYSZENIE Public relations. *PSPR wycofuje swoich przedstawicieli z REPR* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://polskipr.pl/informacje/534025/pspr-wycofuje-swoich-przedstawicieli-z-repr>. Stan z dnia 10.09.2023.
19. PROTO. *Co dalej z Radą Etyki PR* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.proto.pl/aktualnosci/co-dalej-z-rada-etyki-pr-pspr-wycofalo-z-repr-swoich-przedstawicieli>. Stan z dnia 18.09.2023.
20. Rada Etyki Public relations. In *Wikipedia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada_Etyki_Public_Relations. Stan z dnia 12.09.2023.
21. Specjalista ds. PR. In *Wyszukiwarka opisów zawodów* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/bazy-danych/klasyfikacja-zawodow-i-specjalnosci/wyszukiwarka-opisow-zawodow/>. Stan z dnia 12.09.2023.
22. TARKA Małgorzata. Public relations w bibliotece. In *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2007, nr 3. Tryb dostępu: <https://www.ebib.pl/2007/84/a.php?tarka>. Stan z dnia 12.12.2023.
23. WAŁEK Anna. Promocja biblioteki i public relations. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie biblioteką*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019, s. 541–552. ISBN 978-83-65741-26-4.
24. WOJCIECHOWSKA Maja. Działania public relations jako źródło informacji marketingowej o klientach bibliotek naukowych. In PIETRUCH-REIZES Diana, BABIK Wiesław, FRĄCZEK Renata (red.). *Zarządzanie informacją w nauce*. Katowice: Polskie Towarzystwo Informacji Naukowej, 2010, s. 193-200.
25. WOJCIECHOWSKA Maja. Społeczne komunikowanie się biblioteki z otoczeniem. Istota, cele i zasady bibliotecznego PR. In ANTCZAK-SABAŁA Beata, KOWALSKA Małgorzata, TKACZYK Lucyna (red.). *Przestrzeń informacyjna biblioteki akademickiej: tradycja i nowoczesność*. Toruń: Wyższa Szkoła Bankowa, 2009, s. 267–279. ISBN 978-83-923607-6-6.
26. WOJCIECHOWSKA Maja. Wartości etyczne w wybranych aspektach zarządzania i organizacji bibliotek. In KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata (red.). *Jakość usług bibliotecznych w społeczeństwie informacyjnym*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, s. 175–184. ISBN 978-83-61464-16-7.
27. WOJCIK Krystyna. Lapidarne hasła „Standardów” kryją bogatą treść. Na przykładzie zjawiska wprowadzania odbiorców w błąd oraz braku kompetencji komunikacyjnych i zaangażowania PR w marketing jako jego źródła/przyczyn. In OLEŃDZKI Jerzy (red.). *Standardy profesjonalnego public relations*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW, 2020, s. 37–62. ISBN 978-83-8090-822-2.

28. WOLTON Dominique. *Informacja i komunikacja*. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2022. ISBN 978-83-66056-72-5.
29. ZWIĄZEK FIRM Public Relations. *Raport „PR to nie propaganda”* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://zfpr.pl/raport-pr-to-nie-propaganda/>. Stan z dnia 12.09.2023.

Alicja Biegalska

Uniwersytet Gdański

a.biegalska96@gmail.com

Internet a zmiany w komunikacji językowej. Przyczynek do zagadnienia

Słowa kluczowe: język Internetu, *netspeak*, komunikacja, biblioteki, Internet

Abstrakt: Artykuł ma charakter przeglądowy. Czerpie z dostępnych źródeł naukowych, traktując o zmianach w języku, podyktowanych rozwojem komunikacji z wykorzystaniem Internetu oraz dostępnych za jego pośrednictwem narzędzi komunikacyjnych. W tekście zaprezentowano przegląd różnic, zmian oraz ewolucję wybranych elementów języka oraz sposobów komunikacji, w celu przedstawienia wpływu Internetu jako medium na wyselekcjonowane obszary komunikacji językowej oraz elementów będących jej uzupełnieniem, rozszerzeniem lub zastępstwem. W sposób opisowy pokazane zostały przykłady wpływu Internetu na język w celu ujawnienia skali tego zjawiska.

Keywords: Internet language, *netspeak*, communication, libraries, Internet

Abstract: The article is a review paper that draws from available scholarly sources to discuss the changes in language driven by the development of communication through the Internet and the communication tools available via this medium. The text provides an overview of the differences, changes, and evolution of selected elements of language and communication methods. It aims to illustrate the impact of the Internet as a medium for specific areas of linguistic communication and the elements that complement, extend, or replace traditional forms of communication. Descriptive examples are provided to reveal the extent of this trend.

Upowszechnienie się Internetu stało się źródłem zmian w wielu aspektach życia. Wynalazek ten i jego popularyzacja wpłynęły na dalsze innowacje technologiczne, zmiany społeczne, a także językowe. Analogiczne przeobrażenia można było zaobserwować w bibliotekach, które sposób swojego działania zaczęły dostosowywać do potrzeb, oczekiwań oraz modeli pracy i nawyków użytkowników [zob. m.in. 23; 25]. W artykule szerzej przedstawiono zagadnienie wpływu Internetu na komunikację językową, która zachodzi w niemal wszystkich dziedzinach życia, także w obszarze działania instytucji kultury i nauki, w tym placówek bibliotecznych.

Rozważania należałoby zacząć od stwierdzenia, że powiązaniem z komunikacją, istotnym aspektem jest język, jaki wykorzystuje każdy z uczestników procesu porozumiewania się werbalnego. Analizy zależności między lingwistyką a Internetem podjął się między innymi w swej pracy Jan Grzenia [7, s. 50]. W publikacji *Komunikacja językowa w Internecie* autor zaprezentował wyniki badań nad formą i rozwojem języka, którym posługują się użytkownicy sieci. Przedstawił przegląd kształtowania się różnych praktyk wykorzystywanych

w procesie komunikacji oraz opisał wybrane relacje międzyludzkie wraz z towarzyszącymi im wypowiedziami, które znaleźć można w Internecie. Publikacja ta jednak nie jest wyczerpująca i skłania do dalszych kompleksowych badań języka w Internecie.

Autor wspomnianej książki uporządkował jednak kwestie związane z dotychczasowymi badaniami, dokonał rozstrzygnięć terminologicznych i pojęciowych oraz próby wskazania przyszłych perspektyw badawczych. Podniósł również argument elementarnego aspektu komunikacji, jakimi są czas i miejsce jej prowadzenia, zwracając uwagę na znaczenie tych parametrów. Jak pisał: „kontekst sytuacyjny aktów komunikacji internetowej jest specyficzny, a decydują o nim takie czynniki, jak korzystanie z interfejsu, umowność komunikacji (częściowo zastępująca sytuacyjność tradycyjnej komunikacji mówionej), anonimowość. Również pojęcie i odczucie czasu przewartościowuje się w komunikacji tego typu – z jednej bowiem strony teksty doraźne (np. pogawędki) zyskują status względnie trwałych, z drugiej teksty przygotowane jako trwałe dość szybko znikają” [7].

Jan Grzenia zwrócił również uwagę na potrzebę używania terminu „komunikacja elektroniczna”, który jego zdaniem najtrafniej określa proces porozumiewania się poprzez media elektroniczne. Za autorem wskazać można, że „pozwała on objąć wszelkie media, które mimo znacznego zróżnicowania mają wspólną właściwość: informacje od nadawcy są – za pomocą odpowiedniego urządzenia – przekształcane na sygnały elektryczne lub elektromagnetyczne, a następnie przekazywane w tej formie odbiorcy, który również korzysta z odpowiedniego urządzenia – służącego do rozszyfrowania zapisu i nadania mu zrozumiałej dla człowieka formy” [7, s. 55–70].

Autor zaznaczył, że na bazie zaprezentowanego pojęcia komunikacji elektronicznej można wyróżnić dwa typy teje komunikacji, a mianowicie asymetryczny i symetryczny. Do mediów asymetrycznych zaliczył prasę, radio i telewizję. Spełniają one w komunikacji rolę narzędzi przekazu, bo jak zauważył autor, rola zarówno nadawcy, jak i odbiorcy jest z góry ustalona. Nie jest również możliwa bezpośrednia interakcja między nadawcą a odbiorcą lub przebiega ona z wyraźnymi utrudnieniami. Z kolei media symetryczne (włączając telefonię i sieci komputerowe) stanowią grupę narzędzi komunikacji, gdzie zauważyć można bardzo specyficzną wymianę ról pomiędzy nadawcą, który staje się odbiorcą, oraz odbiorcą, który może stać się nadawcą [7, s. 55–60].

Grzenia podkreślił, że specyfika komunikacji elektronicznej skupia się na przekształcaniu i przewartościowaniu pojęcia związanego z przestrzenią komunikacyjną. Badacz do cech komunikacji elektronicznej zaliczył przede wszystkim anonimowość uczestników procesu, decentralizację, która jest podstawą demokratyzmu internetowego, oraz kreatywny charakter komunikacji [7, s. 55–60]. Autor zasadniczą część przywoływanej publikacji poświęcił właśnie omówieniu zagadnień dotyczących języka w Internecie, ze szczególnym uwzględnieniem cech tekstu i stosowanego słownictwa. Uwagę skierował również ku obszarom dotyczącym wpływu Internetu na językowe zróżnicowanie polszczyzny. Podniesiona została problematyka sytuacji komunikacyjnych, z uwzględnieniem specyfiki przekazu, celów, jakie dywersyfikują uczestników procesu komunikacji, oraz tematyki wypowiedzi.

Autor wskazał także na pisownię stosowaną przez internautów, zestawiając ją z przyjętymi powszechnie zasadami pisowni. Bardzo częstymi modyfikacjami stosowanymi w sieci

jest brak stosowania wielkich liter, zwielokrotnienie liter, a także używanie emotikon i wszelkich ikon, które pomagają w wyrażaniu reakcji niewerbalnych obu stron procesu komunikacji. Modyfikacje można również zauważyć w interpunkcji. Polegają one na zwielokrotnieniu lub zupełnym pominięciu znaków interpunkcyjnych, jak też na ich niestandardowym wykorzystaniu.

Grzenia wyodrębnił dwie podgrupy w obrębie leksyki internetowej. Pierwsza grupa to leksemy powstałe w komunikacji prowadzonej za pomocą Internetu, gdzie nazywane są zjawiska powiązane z siecią. Jest to jednocześnie grupa zachowująca pisownię w tradycyjnej formie. Słownictwo informatyczne autor podzielił na komputerowe, związane ze sprzętem czy oprogramowaniem, oraz internetowe, wykorzystywane do komunikacji przez Internet. Druga grupa to formy werbalne i werbalno-graficzne znajdujące się w sieci i odnoszące się do różnych odmian językowych. Grzenia argumentuje, że formy te charakteryzują się cechami, które umożliwiają nazywanie ich internetowymi leksemami, ponieważ można je definiować według metod obowiązujących w leksykologii [7, s. 55–60].

Niewątpliwie ważnym tematem dla językoznawców i badaczy tej tematyki jest stosunek języka Internetu do powszechnie używanej polszczyzny. W analizowanej monografii autor wskazał, że wykorzystywany w sieci język może znaleźć swoje zastosowanie w wielu sytuacjach komunikacyjnych, dlatego też zaobserwować można powstawanie specyficznych odmian języka polskiego. Są to warianty językowe, które są podobne do gwar środowiskowych lub specjalistycznych. Dalsze ustalenia tej kwestii autor poczynił na podstawie typologii zaproponowanej przez A. Wilkonia, która język internetowy klasyfikuje jako pewnego rodzaju odmianę języka ogólnego. Zaproponowano tu trzy możliwości dalszej klasyfikacji języka używanego w przestrzeni internetowej. Pierwsza nakłania do uznania języka sieci jako funkcjonalnej odmiany pisemnej, jednak taka opcja spotyka się z częstą i powszechną krytyką. Druga opiera się na przekonaniu, że odmiany funkcjonalne posiadają swoje pododmiany używane w Internecie, co wydaje się autorowi przytoczonej publikacji najbardziej trafne. Trzecia możliwość, uznana przez autora za dość kontrowersyjną i wymagającą czasowo, polega na wydzieleniu zupełnie odrębnej odmiany języka, a mianowicie języka elektronicznego, który będzie funkcjonował nie jako uzupełnienie czy element, ale całkowicie obok języka pisanego i mówionego. Autor podjął również próbę uzasadnienia ujęcia istnienia elektronicznej kompetencji w komunikacji oraz wpływu formy elektronicznej na modyfikację zależności między odmianami języka funkcjonującego w innych formach [7, s. 48–70]. Rozważania te mogą budzić uwagę bibliotekoznawców i bibliotekarzy, którzy chcąc dotrzeć do szerszego grona czytelników, zwłaszcza młodych, muszą zwracać uwagę na preferowane przez nich formy komunikowania się z biblioteką, w tym na komunikację elektroniczną, która coraz częściej odbywa się za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Media społecznościowe, czy też nowe media, mimo wykorzystywania wielu narzędzi wpływających pozytywnie na szybkość i łatwość komunikacji, a także wzmagających efektywność komunikacji, uznaje się powszechnie za mniej wiarygodne źródło informacji. Tradycyjne media utrzymują przewagę nad elektronicznymi chociażby ze względu na częste zachowanie kompletności przekazu, a także na autorytet, jaki zbudowały przez lata funkcjonowania na rynku medialnym. Nowe media nie mogą korzystać z przywileju uzyskanego

wcześniej autorytetu czy marki, jednak mimo zmniejszonego zaufania do nich są one w znacznym stopniu pierwszym źródłem informacji, jakie użytkownicy Internetu otrzymują o otaczającym ich świecie. Niestety przekazywane w sieci komunikaty rządzą się swoimi prawami, stąd często ograniczają się do enigmatycznych haseł i zwrotów, bez szerszego kontekstu, a to prowadzi do problemów w formułowaniu u odbiorców wiedzy ostatecznej i pełnej, utrudniając lub komplikując poznanie faktów.

Kolejną negatywną przesłanką dla komunikacji poprzez nowe media jest ograniczenie zdolności językowej, zarówno ze strony nadawcy, jak i odbiorcy. Jest to odzwierciedlone między innymi w dostępności znaków graficznych, ponadto uczestnicy komunikacji pozostają w okowach oprogramowania i możliwości urządzeń wykorzystywanych w procesie. Precyzja i jakość są więc znacznie ograniczone [6, s. 466].

Jak pokazują badania, użytkowane w nadmiarze nowe media mogą przyczyniać się do opóźnienia rozwoju ośrodków w mózgu odpowiedzialnych za komunikację interpersonalną w ujęciu tradycyjnym. Pokolenia urodzone w dobie powszechnej cyfryzacji dorastają w odmienny sposób, spędzają bowiem większość czasu przed ekranem. Komunikację w realnym świecie prowadzoną z drugim człowiekiem uznają za nieefektywną, nie potrafią odpowiednio zdefiniować przekazu niewerbalnego czy ograniczają kontakt wzrokowy. Unikają też czytania książek, a myślenie linearne przysparza im wielu trudności [18, s. 72].

Wspomniane już obserwacje poczynione przez Jana Grzenia, w zakresie włączenia języka internetowego jako funkcjonalnej odmiany lub pododmiany języka powszechnego, lub też całkowitego wyodrębnienia języka Internetu jako odrębnego tworu, biorąc jednocześnie pod uwagę powyższe uwagi dotyczące języka nowych mediów, należy odnieść do nowego określenia, opisującego język internetowy, a mianowicie *netspeak* [14, s. 289–330].

Mimo że koncepcja wyróżnienia języka wykorzystywanego w komunikacji elektronicznej wspomnianą wyżej nazwą wzięła swój początek w języku angielskim, to jednak badania pokazują, że tak zwany *netspeak* występuje obecnie w każdym języku, który używany jest w przestrzeni internetowej oraz w ramach każdego kraju, którego mieszkańcy posiadają dostęp do Internetu. Tym samym przykłady zjawiska kryjącego się pod określeniem *netspeak* można mnożyć, przenika ono bowiem do wielu języków [2, s. 2–6].

Wśród badaczy trwają dywagacje, czy przyjmując język angielski jako globalny język komunikacji, należałoby wyodrębnić z niego *netspeak* jako zupełnie odrębny język czy też bardziej nowe narzędzie językowe, a może jednak nowe elektroniczne medium komunikacyjne [10, s. 125–127]. Należałoby także znaleźć odpowiedź na pytanie, czy gdyby *netspeak* miał zostać wyodrębniony językowo w zakresie języka angielskiego, to czy jego emanacje występujące w innych językach także powinny przejść taką drogę, czy też języki nieuznawane za używane powszechnie w komunikacji globalnej nie mają swojego odpowiednika w postaci *netspeak* danego języka.

Zjawisko określane jako *netspeak* lub nazywając je za innymi autorami, językiem internetowym lub językiem komunikacji elektronicznej (*computer-mediated-communication* – CMC) z jednej strony funkcjonuje w zakresie sieci globalnej, z drugiej jednak trudno spodziewać się, aby neologizmy, jakie ta komunikacja generuje, nie przesiąkały do języka

powszechnego [13, s. 22–29]. Stąd należy uznać rolę języka internetowego, szczególnie w kontekście jego słowotwórczej czy wręcz językotwórczej działalności, bez względu na to, w jaki sposób oceniamy sam wspomniany język. Powyższe zasługi należy także odnotować bez względu na to, czy *netspeak* będziemy traktować jako nowy język, czy jako odłam języka istniejącego lub też jedynie jako nowatorskie narzędzie komunikacji dostosowane do poziomu rozwoju technologicznego. Ponadto należy podkreślić, że Internet ma możliwość rejestracji różnorodności językowej w sposób pełniejszy i dokładniejszy niż było to możliwe kiedykolwiek dotychczas, zaś twórczy potencjał tego nowego medium tworzy coraz to nowe obszary ekspresji nie tylko językowej [3, s. 20].

Internet w bardzo dużym stopniu wpłynął na zmianę stylistyki, uproszczenia języka czy wspomniany już proces samego słowotwórstwa, znacząco go przyspieszając i upraszczając. Badanie języka Internetu jest powiązane z pojęciem multilogu, co oznacza wykorzystywanie specjalnego dialogu, w którym nadawca kreuje treści do wielu odbiorców w tym samym czasie lub odwrotnie, wielu nadawców może zwracać się do jednego odbiorcy [9, s. 139]. Tak więc komunikacja internetowa odbywa się nie tylko poza granicami przestrzeni, ale także poza granicami czasu, a jednocześnie pozostaje w zdecydowanej przewadze anonimowa. Wspomniane już ubóstwo form przekazu, jednocześnie połączone ze znaczącą ekspresją i autentyzmem wypowiedzi, jest cechą charakterystyczną komunikacji elektronicznej [20, s. 97]. Uznać można ją za formę całkowicie odmienną od znanych do tej pory, stąd też tak silne dążenie do wyodrębnienia jej jako zupełnie niezależnej od pozostałych form.

Pomijając, czy uznamy, że w przypadku komunikacji internetowej można mówić o wyodrębnieniu się nowego języka, czy też jedynie podtypu języka istniejącego, to należy zaznaczyć, że kategoria nazwana językiem elektronicznym coraz częściej prezentowana jest w literaturze w oparciu o liczne badania prowadzone w tym zakresie. Próbką języka mówionego jest w nich zazwyczaj zestawiana z próbką języka elektronicznego, ponieważ porozumiewanie się w Internecie odpowiada bardziej wygłaszaniu opinii niż swoistej dyskusji.

Co ciekawe, uczestniczenie w komunikacji grupowej daje internautom poczucie i świadomość, że posiadają znacznie szersze grono słuchaczy i obserwatorów. Zaznaczyć warto również, że w przeciwieństwie do innych kanałów komunikacji, Internet oferuje możliwość przekazywania własnych opinii w sposób, który zapewnia anonimowość, ale także daje poczucie formułowania myśli wyczerpująco, a jednocześnie zwięźle.

Mimo wielu przejawów nowoczesności, w komunikacji internetowej nadal mamy do czynienia z różnymi stereotypami, na przykład występującymi pomiędzy użytkownikami poszczególnych płci. Odnoszą się one w głównej mierze do dwuznaczności przekazywanych treści oraz do ich znacznej ekspresywności. Prowadzone badania psychologiczne i socjologiczne pokazują, że frazy używane przez użytkowników, wbrew powszechnemu twierdzeniu, nie wykazują istotnych różnic warunkowanych płcią odbiorcy i nadawcy komunikatu. Różnice te są natomiast możliwe do wychycenia chociażby w określonym środowisku. Przykładem mogą być gry online.

Największe różnice napotkać można jednak przy porównywaniu grup dyskusyjnych, w których uczestniczą kobiety i mężczyźni. Tendencją powszechną jest dostosowywanie się kobiet do mężczyzn w odniesieniu do różnych zachowań oraz używanych słów czy określeń,

jak też próby budowania przewagi podejmowane przez mężczyzn w różnych sytuacjach wykorzystujących kanały komunikacji elektronicznej [12, s. 241–242].

Inną ważną kwestią, o której warto wspomnieć, jest to, że język używany współcześnie jest przede wszystkim nastawiony na prostotę w komunikacji. Stanowi on narzędzie, które wymaga właściwie nieustannych przekształceń, jak też unowocześniania form językowych. W komunikacji internetowej można niestety zaobserwować brak zaangażowania w pielęgnowanie języka jako wartości samej w sobie. Ogromnego znaczenia nabiera w tym kontekście gra słów, a świadomość i praktyka językowa właściwie ciągle się zmieniają [17, s. 152–153]. Porozumiewanie się w przestrzeni Internetu wymaga i determinuje jednocześnie konieczność maksymalizacji uproszczenia przekazu, który ma przebyć drogę od nadawcy do odbiorcy. Niektórzy autorzy ryzykują nawet stwierdzenie, że tak formułowany komunikat językowy, ze względu na swoją skrótową formę, bardziej przypomina szyfr lub kod [16, s. 103].

Często spotykanym elementem dyskusji internetowych jest chęć, możliwość lub według niektórych wręcz konieczność poprawiania błędów językowych w wypowiedziach innych. Generalnie etykieta w Internecie, jeśli można ją tak nazwać, zakłada, że nie należy publicznie szkalować takich błędów. Jednakże niektórzy użytkownicy lub całe grupy użytkowników uważają, że zamieszczanie w witrynach teksów zawierających błędy świadczy o niewiedzy autorów, często też o lenistwie lub braku kultury [27, s. 168]. Tym samym wspomniane już grupy użytkowników niejednokrotnie podejmują krucjatę w obronie języka pisanego, jaki używany jest w Internecie. Pewną formą odpowiedzi na pojawiające się coraz częściej problemy z interpretacją błędów językowych i na zapotrzebowanie na skuteczny oręż w walce z językową niepoprawnością są poradnie językowe, powstające w Internecie.

Dużą popularnością cieszy się Poradnia Wydawnictwa Naukowego PWN, która współpracuje ze znanymi polskimi językoznawcami. Wskazówki dotyczące poprawnego używania języka polskiego w przestrzeni internetowej i nie tylko można otrzymać, korzystając z oferty Poradni na kilka sposobów. Po pierwsze, można uzyskać pomoc poprzez wpisanie poszukiwanego słowa w odpowiedniej wyszukiwarce. Po drugie, możliwe jest odniesienie się do konkretnego tematu już wcześniej przeanalizowanego i zaprezentowanego lub poprzez funkcję „zadaj pytanie”. Poradnia cieszy się uznaniem przede wszystkim dzięki wskazywaniu błędów w przestrzeni internetowej, aktualności porad (zwłaszcza w kontekście zmieniających się zasad dotyczących języka), sprawności odpowiedzi i wysokich kompetencji autorów zaangażowanych w udzielanie informacji. Ujmujący jest też żartobliwy ton prowadzonej dyskusji, co pozwala na bardziej przystępny odbiór treści.

Udzielane odpowiedzi są za każdym razem powiązane ze wskazaniem i komentowaniem wszelkich tendencji, które dotyczą rozwoju analizowanego zjawiska językowego, wraz z odpowiednią argumentacją własnego stanowiska w danej sprawie. Są one również bardzo skonkretyzowane i często zawierają odniesienia do innych publikacji, które podpierają tezę autora odpowiedzi. Niezwykle cenne są tutaj odniesienia do bieżących trendów językowych, które ukazują nie tylko, jak silnie zmienia się język pod wpływem rozwoju Internetu, ale także jak ewoluuje w przestrzeni powszechnego języka mówionego i pisanego.

Analogiczną działalność prowadzi Rada Języka Polskiego, która jest zobowiązana do podejmowania wszelkich działań związanych z odpowiednim utrwalaniem prawidłowych wzorców i dbaniem o poprawność języka zgodnie z Ustawą o języku polskim [21]. Do działań wspierających realizację założonych ustawowo celów należy między innymi udzielanie porad i opinii w zakresie używania języka polskiego. Własną poradnię językową prowadzi też Uniwersytet Śląski, którego witryna umożliwia łatwe i szybkie wykorzystywanie oferowanych usług, tj. przesłanie zapytania albo przeszukiwanie gotowej bazy danych.

Funkcjonowanie wspomnianych poradni jest niezwykle istotne. Po pierwsze, dzięki internetowej formule ułatwiają one znacząco dostęp do zweryfikowanych i pewnych informacji odnośnie prawidłowego użycia języka polskiego, także w komunikacji elektronicznej. Po drugie, łączą one funkcję edukacyjną z funkcją ochrony języka, co jest szczególnie ważne w obecnych czasach. Ponadto należy podkreślić, że poradnie językowe działające w Internecie mogą przyczynić się do ograniczania skutków dysleksji u przedstawicieli młodego pokolenia [17, s. 152–153].

Teoretycy badający relacje pomiędzy procesem myślowym a językiem twierdzą w znacznej większości, że język stanowi determinantę dla myślenia. Nie można bowiem myśleć o czymś, co wcześniej nie zostało zakodowane, ujęte w języku. W opozycji pozostają twierdzenia przeciwników takiego podejścia, którzy postulują, że myśl jest tworem całkowicie niezależnym od funkcjonowania języka.

W przypadku, gdy brakuje słowa dla nazwania tego, o czym myślimy, zawsze można je stworzyć. Kreatywna funkcja języka, jaką w takiej sytuacji realizujemy, jest niezwykle ważna, ponieważ umożliwia nazywanie nowych rzeczy i komunikowanie o nich innym. Rozwój technologii spowodował, że obecne czasy obfitują w sytuacje wymuszające wspomniany kreacjonizm językowy, słowotwórstwo, ponieważ ciągle powstają lub są odnajdywane rzeczy nowe, które wcześniej w powszechnym języku nie posiadały swojej nazwy. Zjawisko to zauważalne jest także w bibliotekach, które oferują coraz więcej usług elektronicznych, wymagających nazwania i dookreślenia.

W kontekście wspomnianych dwóch odmiennych podejść do relacji język–myśl można stwierdzić, że kompromisem jest założenie mówiące o tym, że zarówno myślenie, jak i język są w istocie autonomiczne, ale nie funkcjonują bez wzajemnego oddziaływania na siebie. Myślenie jest wyrażane poprzez język, a język pomaga w procesie myślowym [5, s. 96]. Dlatego też użytkownicy nowych mediów (w tym także użytkownicy bibliotek, którzy z tych mediów coraz chętniej korzystają) poszukują słów, które będą w najlepszy możliwy sposób opisywały otaczającą rzeczywistość. Tak rodzą się liczne błędy, czego przykładem może być chociażby używanie określenia „ustruj”, podkreślającego niewłaściwe funkcjonowanie ustroju państwowego, z akcentem położonym na czasownik „truje” [22, s. 58].

Język polski nie jest tutaj odosobnionym przykładem. Również w innych językach, w komunikacji internetowej, spotkać można podobne zjawiska. Dla lepszej identyfikacji sposobu zapisu niektórych słów anglojęzycznych w Internecie wykuto nawet zbiorcze określenie *e-grammar*. W tym nomenklaturowym worku zamknięto ogół pojawiających się w przestrzeni internetowej słów, sposoby ich zapisów i powtarzające się schematy stylistyczne, które dedykowane są jedynie wyrażeniom stosowanym w Internecie [8, s. 1–8].

Co do zasady, komunikacja elektroniczna ma być pewną naturalną formą użycia języka, ponieważ zakładamy stosowanie w niej podobnych zasad, jak w przypadku innych form. Jednakże wielowymiarowość języka używanego w Internecie według niektórych autorów wymaga wyodrębnienia takich wymiarów analizowanej komunikacji, jak: mowa kontra słowo pisane, oddziaływanie technologii na język oraz problematyka międzykulturowa i międzyjęzykowa funkcjonująca w Internecie. Poddanie analizie tych problematycznych obszarów może ułatwić wyjaśnienie przekształceń języka, jakie jest wymagane, aby był on możliwy do użycia w ramach globalnej sieci [1, s. 59–65].

Komunikacja w Internecie jest bardzo często uznawana za śmietnik informacyjny, a korzystanie z mnogości kanałów komunikacji elektronicznej ma być, zdaniem niektórych, wyłącznie poszukiwaniem masowej rozrywki, ma uczyć agresji, braku szacunku do języka, obniżać poziom intelektualny nadawców i odbiorców, jak również uzależniać od poszukiwania niezbędnych informacji jedynie w przestrzeni sieci globalnej z pominięciem innych, niejednokrotnie bardziej wartościowych źródeł.

Na podstawie tego, co łatwo zobaczyć, dostrzec na powierzchni Internetu, sformułowane są bardzo często opinie jego użytkowników. Bardziej wyrafinowane i elitarne formy wypowiedzi są rzadziej wykorzystywane [11, s. 74–75]. Chaos komunikacyjny, jaki można spotkać w sieci, nie sprzyja powstawaniu wartościowej wiedzy, a niejednokrotnie powoduje wręcz trywializację rzeczywistości. Ponadto przekaz masowy dysponuje takimi środkami wyrazu i takimi technikami, które w wyniku pośpiechu sprzyjają w dużej mierze bylejałości. Z drugiej jednak strony niektórzy autorzy wskazują, że „komunikacja tekstowa wcale nie musi być zimna i bezosobowa, gdyż użytkownicy korzystają z dostępnych sposobów wzbogacenia jej w celu nadawania i odczytywania znaczenia, tworząc tak zwany parajęzyk” [26, s. 192–193], a sam Internet, dzięki możliwości szybkiego publikowania, zapewnia natychmiastowy przekaz informacji, co niemożliwe było w przypadku tradycyjnych kanałów. Wiele bibliotek w trosce o użytkowników Internetu prowadzi szkolenia, które mają na celu naukę wyszukiwania treści rzetelnych, wartościowych i wiarygodnych. Wiele z tych placówek pokazuje sposoby docierania do źródeł trudniej dostępnych, stanowiących zasoby tzw. głębokiego Internetu. Bibliotekarze uczą zatem, by nie poprzestawać na źródłach, które łatwo pozyskać, ale o wątpliwej jakości i poziomie merytorycznym.

Komunikacja internetowa niesie ze sobą nieustanne dążenie do „oszczędności językowej”, a więc wszelkiego rodzaju skłonności do kondensowania treści i formy. Wynikiem tego są eliptyczne wypowiedzi, ucinanie części wyrazów, jak też używanie bardzo popularnych emotikonów. Rozmowy w sieci, tam gdzie mogą zostać skrócone, z dużym prawdopodobieństwem skrócone zostaną. Takie działania powodują częste powstawanie akronimów. Bez względu na formę kontaktu (komunikatory, grupy dyskusyjne *ect.*) wspomniany proces skracania wypowiedzi i tworzenia akronimów występuje i jest bardzo powszechny [15, s. 75–83].

Potrzeba przekazania przez nadawcę w ramach komunikacji internetowej dużej ilości informacji w możliwie najkrótszym czasie uznawana jest za najistotniejszą przyczynę powstawania akronimów i częstotliwości ich używania. Internauci sami wyjaśniają, że głównym powodem ich wykorzystywania jest chęć uproszczenia wypowiedzi i zmniejszenia jej rozmiaru. Prowadzi to do ograniczenia ruchu w Internecie poprzez eliminację

„niepotrzebnych” treści, uznawanych często za kurtuazyjne i zbędne. Dlatego brak ich stosowania nie może być postrzegany wyłącznie jako niechlujstwo czy lenistwo nadawcy. Przygotowywanie samej wypowiedzi zabiera również czas, a dążenia użytkowników są jednoznaczne – chcą oni ten czas oszczędzać.

Jednakże nadmierne stosowanie akronimów może utrudniać komunikację, szczególnie gdy odbiorca nie jest tak zaawansowanym użytkownikiem Internetu. Treści mogą być dla niego wówczas niezrozumiałe bądź zupełnie nie do przyjęcia (co jest szczególnie widoczne wśród seniorów odwiedzających biblioteki, charakteryzujących się zdecydowanie mniejszymi umiejętnościami korzystania z narzędzi internetowych). Warto więc rozważyć, czy akronimy rzeczywiście służą konwersacyjnej ekonomii. Co ciekawe, stosunkowo często w sieci pojawiają się pytania o znaczenia danych akronimów, co przyczynia się do rozbudowy i powstawania kolejnych treści, które miały być dzięki tej formie skrócone. Z drugiej strony pracownicy bibliotek powinni posiadać wiedzę na temat tego typu komunikacji i umieć stosować jej zasady w kontaktach z pewnymi grupami odbiorców swoich usług, np. z nastolatkami. Służy to lepszemu zrozumieniu, nawiązaniu relacji i pozwala na postrzeganie biblioteki jako bardziej przyjaznej, nowoczesnej i otwartej instytucji.

Internauci, poprzez stosowane akronimów, niewątpliwie wyróżniają się jako pewna grupa społeczna. Ich specyficzny sposób porozumiewania, a właściwie zasady komunikowania nazywane są netykietą. Oprócz wykorzystywanych powszechnie skrótów internetowych, znanych większości użytkowników, można wskazać także formy, które są charakterystyczne dla pewnego kręgu osób. Odnosi się to na przykład do uczestników różnych grup dyskusyjnych (obracających się także wokół tematu książki czy biblioteki).

Akronimy są jednak często błędnie utożsamiane przez użytkowników ze skrótami, podczas gdy akronim powinien być traktowany jako wyraz, który został sztucznie utworzony z pierwszych zgłosek lub liter wyrazów, do których się odnosi [4, s. 59]. Oprócz skłonności do ekonomii konwersacyjnej, używanie akronimów pokazuje chęci użytkowników do dostosowywania się do wzorców porozumiewania, przyjętego w sieci. Akronimy są w sieci bardzo powszechne, ale warto jednak przemyśleć ich funkcjonalność. Trudno jest jednoznacznie ocenić, czy akronimy przetrwają, a jeśli tak, to jak długo. Być może stanowią one jedynie etap przejściowy ewolucji języka Internetu i za jakiś czas staną się martwe lub bezużyteczne.

Pomimo iż liberalny co do zasady świat Internetu nie neguje istnienia obyczajów językowych, to użytkownicy posiadają nieskrępowaną i śmiałą możliwość porzucania przyjętych norm stylistycznych, a nawet obyczajowych. Mogą mówić o wszystkim, w tym także o emocjach. Internet zmarginalizował sferę obyczaju językowego, przez co możliwe jest pełne, świadome wyrażanie wszelkich doznań przez użytkowników. Przekazywanie emocji w Internecie nie jest jednak zadaniem łatwym, jeśli bierzemy pod uwagę ograniczenie się do pisemnej formy językowej jako podstawowego jeszcze niedawno przekazu internetowego.

Zrewolucjonizowanie systemu komunikacyjnego przez sieć internetową jest bezdyskusyjne. Nieograniczony dostęp do wszelkiego rodzaju informacji i możliwość docierania do odbiorców w każdym zakątku świata pokazuje, że komunikacja przez Internet nie ma właściwie żadnych ograniczeń, oprócz tych powiązanych ściśle z ubóstwem danych

regionów świata. Dzięki temu użytkownicy uzyskali anonimowość, co zdjęło z nich ciężar pozostawania w przypisanych do nich rolach społecznych, co w konsekwencji prowadzi do wyjścia z ram językowej etykiety. Role społeczne są więc zawieszane, a płaszczyzna komunikowania się jest właściwie jednakowa dla wszystkich uczestników [7, s. 89–90].

Jednakże pewne treści, które można wyrażać przede wszystkim za pomocą gestów, sygnałów pozawerbalnych, nie są w Internecie komunikowane w odpowiedni sposób, ponieważ nie da się ich przenieść do końca na słowo pisane. Luka ta zrodziła pytanie, w jaki sposób można przekazać ładunek emocjonalny, który wzmacniać będzie użyte słowa. Jakość komunikacji niewątpliwie polepsza wysławianie się w sposób jasny i precyzyjny, co ma miejsce także w przestrzeni internetowej.

Internauci traktują bardzo poważnie swoją obecność w Internecie i ważnym aspektem jest często zaistnienie poprzez kreowanie ciekawych, angażujących treści. Badacze języka Internetu zwracają uwagę na realizowanie przez ten rodzaj komunikacji psychicznych i społecznych celów [7, s. 89–90]. Użytkownicy robią zatem wszystko, aby treści były odbierane zgodnie z pierwotną intencją nadawcy. Dlatego też oprócz słów zaczęto na masową skalę wykorzystywać również obrazy. Forma graficzna jest uproszczoną prezentacją elementów pozawerbalnych, jak też umacnia kontekst danej wypowiedzi. Rośnie zatem waga przekazywanych treści oraz nacechowanie ich ładunkiem emocjonalnym, który trudno jest wyrazić za pomocą samych tylko słów.

Okazywanie emocji dalej pozostaje ważną funkcją komunikowania [19, s. 204]. Rozpowszechnienie porozumiewania się poprzez grafiki potwierdza pewnego rodzaju autentyczność przekazu niewerbalnego i wzmacnia jego znaczenie. Zatem posługiwanie się językiem obrazkowym nie jest spowodowane prymitywnym stanem języka w ogóle, lecz chęcią wzmocnienia przekazu. Obrazy stanowią bowiem swoiste wsparcie dla komunikatu przekazywanego przez nadawcę.

Podsumowując, z uwagi na fakt, że bibliotekarze coraz aktywniej włączają się w komunikację elektroniczną (prowadząc m.in. różnego rodzaju profile w mediach społecznościowych czy publikując w Internecie rozmaite materiały, przewodniki, pomoce itp.), powinni mieć świadomość zachodzenia pewnych zjawisk oraz trendów typowych dla tej właśnie komunikacji. Ich wiedza powinna wykraczać poza doświadczenia komunikacji tradycyjnej i obejmować wspomniane wcześniej *netspeak*, *multilog* czy *e-grammar*. Jak możemy przeczytać w jednym z opracowań: „Internet na nieprawdopodobną wręcz skalę rozszerzył przestrzeń funkcjonowania i oddziaływania współczesnej biblioteki. Dzięki wykorzystaniu różnych narzędzi i kanałów, biblioteka docierać może ze swoim przekazem do znacznie większej, i teoretycznie w zasadzie nieograniczonej grupy odbiorców. Równie skutecznie może też poznawać i badać swoich użytkowników, dostosowując ofertę dokładnie do ich potrzeb” [24, s. 726]. Z drugiej strony: „Współcześni czytelnicy intensywnie korzystają [...] z możliwości pozyskania informacji w sieci i realizacji usług w sposób zdalny. Potrafią jednak je synchronizować z konwencjonalnymi zachowaniami w świecie rzeczywistym” [24, s. 748]. Pomimo jednak „wprowadzania przez biblioteki coraz nowszych rozwiązań technologicznych i zapewniania czytelnikom wszechstronnej informacji o ofercie usługowej, elektronika jest jednak w dalszym ciągu narzędziem wspomagającym” [24, s. 748].

Bibliografia

1. BARON Naomi. Language of the Internet. In FARGHALI Ali (red.). *The Stanford handbook for language engineers*. Stanford: CSLI Publications, 2002, s. 1–63. ISBN 978-1575863962.
2. CERRUTI Marta, ONESTI Cecilia. *Netspeak: a language variety? Some remarks from an Italian sociolinguistic perspective*. Alessandria: Edizioni Dell'Orso, 2013. ISBN 978-8862744816.
3. CRYSTAL David. *Language and Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 978-0521802126.
4. DOROSZEWSKI Witold (red.). *Słownik języka polskiego*. T. 1. A–Ć. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958.
5. DZIEDZIC Bartłomiej, FURMANEK Małgorzata. Świat ludzki, świat semiotyczny. Generowanie znaczeń w komunikowaniu interpersonalnym – medialnym. In KOŻUSZNIK Barbara (red.). *Zarządzanie i technologie informacyjne*. T. 1. *Komunikacja w dobie Internetu*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2004, s. 87–101. ISSN 1732-3517.
6. DZIOBA Ryszard. Netspeak – nową hybrydą językową. In DYTMAN-STASIEŃKO Agnieszka, STASIEŃKO Jan (red.). *Język @multimedia*. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP, 2005, s. 463–478. ISBN 83-89518-31-7.
7. GRZENIA Jan. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007. ISBN 978-83-01-14867-6.
8. HERRING Susan. Grammar and electronic communication. In CHAPELLE Carol (red.). *Encyclopedia of applied linguistics*. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2012. ISBN 978-1405198431.
9. JAGODZIŃSKA Joanna. Dialogi równoległe w strukturze dyskusji internetowej. In PODRACKI Jerzy, WOLAŃSKA Ewa (red.). *Język w mediach elektronicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper, 2008, s. 131–154. ISBN 978-83-7507-038-5.
10. JURIDA Safija, JAHIC Adnan, HANIC Jasmin, DŽANIC Mehmed, PAVLOVIĆ Tea. Netspeak: linguistic properties and aspects of online communication in postponed time. *Gradovrb – časopis za književno-jezična, društvena i prirodnoznanstvena pitanja*. 2005, nr 1, s. 125–127. ISSN 1840-2487.
11. JUZA Małgorzata. Elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystania Internetu. In JONAK Łukasz (red.). *Re: Internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2006, s. 43–76. ISBN 83-60501-38-6.
12. LEDÓCHOWSKI Zdzisław. Usługi internetowe w kontekście medialnym. In TANAS Maciej (red.). *Kultura i język mediów*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls, 2007, s. 227–248. ISBN 978-83-7308-862-7.
13. LIU Wei, LIU Wenjing. Analysis on the word-formation of English Netspeak neologism. *Journal of Arts & Humanities*. 2014, nr 12, s. 22–30. ISSN 2167-9045.
14. MCCULLOCH Nancy, BEDWORTH Margaret, BRIDLE John. NETspeak – a re-implementation of NETtalk. *Computer Speech & Language*. 1987, nr 3/4, s. 289–302. ISSN 0885-2308.
15. NARUSZEWICZ-DUCHLIŃSKA Anna. Akronimy internetowe – wstępny zarys problematyki. *Prace Językowe VI*. 2004, z. 6, s. 75–83. ISSN 1897-4865.
16. PANEK Anna. Język w przestrzeni Internetu. *Przestrzeń Społeczna*. 2016, nr 1, s. 102–126. ISSN 2300-6919.
17. SKUDRZYK Agnieszka. *Czy zmierzch kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2005. ISBN 978-83-226-1438-1.
18. STPĘNIAK Krzysztof. Internet – czy współczesna wieża Babel? In SOKOŁOWSKI Marek (red.). *Nowe media i wyzwania współczesności*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2013, s. 69–83. ISBN 978-83-7780-814-6.
19. SZUMSKA Dorota. O emocjach bez emocji. *Acta Universitatis Wratislaviensis. Język a Kultura*. 2000, t. 14, s. 199–208. ISSN 1232-9657.
20. TOMASZEWSKA Hanna. *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak, 2012. ISBN 978-83-62015-38-2.

21. Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim. Dz. U. 1999 Nr 90, poz. 999 z późniejszymi zmianami.
22. WALOTEK-ŚCIAŃSKA Katarzyna, SZYSZKA Michał. Pomiędzy integracją a dezintegracją komunikacji: socjolekt uczniów i studentów. In WALOTEK-ŚCIAŃSKA Katarzyna, SZYSZKA Michał (red.). *Komunikowanie się ludzi młodych we współczesnym świecie*. Bielsko-Biała: Wyższa Szkoła Administracji, 2013, s. 55–64. ISBN 978-83-63705-68-8.
23. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Elektroniczny wizerunek biblioteki*. Gdańsk: Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej, 2008. ISBN 978-83-61079-01-9.
24. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-89316-82-0.
25. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Mobilna biblioteka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2021. ISBN 978-83-65741-68-4.
26. ZAJĄC Jakub, KREJTZ Krzysztof. Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej. *Psychologia Społeczna*. 2007, t. 2, 3/4, s. 191–200. ISSN 1896-1800.
27. ZALEWSKA-GRELOCH Ewa. Polscy internauci – poprawna czy „wygodna”? In PODRACKI Jerzy, WOLAŃSKA Ewa (red.). *Język w mediach elektronicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper, 2008, s. 155–172. ISBN 978-83-7507-038-55.

Jolanta Laskowska

Uniwersytet Gdański

jolanta.laskowska@ug.edu.pl

Integracja międzykulturowa w bibliotekach gdańskich – przykłady działań i strategii

Słowa kluczowe: biblioteki, Gdańsk, integracja międzykulturowa, obcokrajowcy, migracja, strategie działań

Abstrakt: W artykule zaprezentowano zagadnienie migracji. Zwrócono uwagę na rolę bibliotek w integracji migrantów oraz rodzaje wsparcia, które te instytucje mogą oferować. Opisano przykłady aktywności bibliotek gdańskich oraz politykę miasta Gdańska w tym zakresie.

Keywords: libraries, Gdańsk, intercultural integration, foreigners, migration, action strategies

Abstract: The paper addresses the issue of migration, highlighting the role of libraries in the integration of migrants and the types of support that these institutions can provide. It describes examples of activities undertaken by libraries in Gdańsk and outlines the city of Gdańsk's policies regarding this matter.

W kontekście trwającej niestabilności geopolitycznej stale rosną niepokoje społeczne związane z migracją i różnorodnością. Dlatego ważna jest integracja międzykulturowa, polegająca na skutecznym, pozytywnym i zrównoważonym zarządzaniu różnorodnością, w oparciu o wzajemne i symetryczne uznanie, w ramach nadrzędnej zasady respektowania praw człowieka. W 2011 r. Komitet Ministrów Rady Europy stwierdził, że jest to: „interaktywny proces oparty na wzajemnej chęci przystosowania się zarówno migrantów, jak i społeczeństwa przyjmującego” i wezwał państwa członkowskie do wspierania możliwości różnorodnych i pozytywnych interakcji. Dwukierunkowa, ogólnospołeczna istota integracji jest osadzona w koncepcji integracji międzykulturowej. Ponadto zgodnie z Białą Księgą Dialogu Międzykulturowego Rady Europy (2008): „[i]migranci powinni, jak wszyscy inni, przestrzegać prawa i szanować podstawowe wartości społeczeństw europejskich i ich dziedzictwa kulturowego” [5].

W polityce integracyjnej należy przyjąć wyważone i kompleksowe podejście pomiędzy obowiązkami migrantów a obowiązkami społeczeństw. Z jednej strony polityka integracyjna państwa koncentruje się na odpowiedzialności migrantów za integrację w nowym kraju zamieszkania; oferuje usługi dla migrantów, mające ich zachęcić i pomóc im w nauce języka, zdobyciu nowych kwalifikacji i zrozumieniu środowiska społecznego i kulturowego. Z drugiej strony, żeby migranci stali się integralną i produktywną częścią społeczności, należy położyć nacisk na zasoby, jakie wnoszą oraz na wykorzystanie ich talentów, umiejętności

i wiedzy zarówno na ich korzyść, jak i z korzyścią dla społeczności lokalnej. Poza tym programy integracyjne powinny tworzyć przestrzeń i okazje do znaczącej interakcji międzykulturowej, jako sposobu na zapewnienie poczucia przynależności, aktywnego uczestnictwa i pokojowego, międzykulturowego współistnienia [5].

Dobrze opracowana polityka migracyjna i integracyjna przynosi państwu wiele korzyści, jednocześnie należy zwrócić uwagę na potencjalne mankamenty i niekorzystne skutki źle opracowanej polityki migracyjnej i nieskutecznej polityki integracyjnej. Migranci mają potencjał do zwiększania siły roboczej i wypełniania nisz zarówno w szybko rozwijających się, jak i w upadających sektorach gospodarki. Ponadto płacą podatki i składki na ubezpieczenie społeczne, a także zwiększają populację w wieku produkcyjnym. Ogólnie rzecz ujmując, mają pozytywny wpływ na handel międzynarodowy, postęp technologiczny i inwestycje w krajach swojego pochodzenia. Na obszarach o wysokich dochodach, takich jak Europa, migranci stymulują wzrost PKB w perspektywie długoterminowej, pod warunkiem że szybko wejdą na rynek pracy. Udowodniono również, że mogą mieć pozytywny wpływ na płace, jeśli ich umiejętności uzupełniają umiejętności istniejących pracowników. Badania pokazują również, że chociaż skuteczna polityka integracyjna jest kosztowna w perspektywie krótkoterminowej, to wynikające z niej korzyści społeczne, gospodarcze i fiskalne mogą znacznie przewyższyć krótkoterminowe koszty integracji.

Mimo tego, że wiele osób nie postrzega imigrantów i imigrantek za dobro społeczne, badania makroekonomiczne obejmujące ostatnie 30 lat w Europie potwierdzają, że migracja wywarła pozytywny wpływ na gospodarkę [1]. Integracja międzykulturowa przynosi nie tylko ekonomiczne korzyści. Pozytywny potencjał różnorodności ma także wielojęzyczność, jako element wzbogacający życie kulturalne.

Do czasu wybuchu wojny na Ukrainie Polska mierzyła się z problemem integracji imigrantów i imigrantek w bardzo ograniczonej formule. W ostatnich dwóch latach ruchy migracyjne w Polsce przybrały jednak na sile. Niewykluczone, że w niedalekiej przyszłości będziemy musieli stawić czoło wyzwaniom, jakim dla państwa będą przybysze z innych stron świata, mówiący innymi językami, wyznający inne systemy wartości, innej wiary. W maju 2015 r. powstał w Gdańsku, pierwszy w Polsce, międzysektorowy i interdyscyplinarny zespół ds. wypracowania modelu integracji imigrantów i imigrantek, który nazwano Modelem Integracji Imigrantów (MII). Ówczesny prezydent miasta Gdańska Paweł Adamowicz tak pisał o tej inicjatywie: „Jesteśmy przekonani, że przeciwdziałanie wykluczeniu, rozsądna gościnność i otwartość to gwarancja budowania wspólnoty opartej na tradycyjnych gdańskich wartościach: szacunku, tolerancji, sprawiedliwości i solidarności. Jestem przekonany, że rozwiązania Modelu Integracji Imigrantów w obszarach edukacji, zdrowia, mieszkalnictwa, pomocy społecznej, zatrudnienia, kultury, społeczności lokalnych oraz przemocy i dyskryminacji pomogą działać lepiej i tworzyć wspólny, przyjazny i bezpieczny Gdańsk zarówno miejskim instytucjom, jak i społecznościom lokalnym, w których spotykają się gdańszczanie i imigranci” [4].

W ostatnich kilkudziesięciu latach dość dynamicznie wzrastała liczba imigrantów przybywających zarówno do Polski, jak i do Gdańska. Inwazja Rosji na Ukrainę w lutym 2022 r. spowodowała napływ ogromnej liczby imigrantów i uchodźców z Ukrainy. Poza

tym od wielu lat procesy związane z otwarciem rynków pracy sprzyjają przemieszczaniu się ludzi poszukujących zatrudnienia. Wzrasta liczba migrantów politycznych i zarobkowych przede wszystkim z Białorusi i Rosji, a także Turcji. Europa Środkowa i Wschodnia stały się też korytarzem tranzytowym dla migrantów z Afryki i Azji, co w przypadku Polski oznacza wzrost liczby przybyszów m.in. z Czeczenii, Wietnamu, Kazachstanu, Armenii, Gruzji, Chin czy krajów afrykańskich. Część tej grupy, choć wstępnie traktuje Polskę jako kraj tranzytowy, decyduje się tutaj pozostać. Także coraz więcej Skandynawów decyduje się na emigrację do Polski ze względu na bardziej sprzyjający klimat oraz znacznie niższe koszty życia. Należy również pamiętać o repatriantach ze Wschodu. Mamy też do czynienia z imigracją związaną z edukacją, która wraz ze wzrostem popularności Gdańska przybiera na sile. W Gdańsku studiuje ponad 2 tys. cudzoziemców, z czego największa grupa na Gdańskim Uniwersytecie Medycznym.

Ustalenie liczby cudzoziemców zamieszkujących w Gdańsku nie jest proste. Zestawienie ocen ekspertów i różnych statystyk pozwala jedynie oszacować ich liczbę. W tabeli 1 przedstawiono liczbę cudzoziemców zameldowanych na pobyt stały lub czasowy, ale wiadomo, że na terenie Gdańska przebywa też wielu obcokrajowców w tzw. ruchu bezwizowym. Według opracowania Referatu Badań i Analiz Społeczno-Gospodarczych Urzędu Miejskiego w Gdańsku w 2023 r. przebywało w mieście 19 203 cudzoziemców (w ramach pobytu stałego lub czasowego). Liczba ta spadła o 11% w porównaniu do roku 2022. Najliczniejszą grupę cudzoziemców w 2023 r. stanowili Białorusini (7989 osób), zaś na drugim miejscu uplasowali się Ukraińcy (5487 osób), których liczba znacznie zmalała w porównaniu do roku 2022.

Tabela 1. Liczba cudzoziemców zameldowanych w Gdańsku na pobyt stały lub czasowy według kraju zameldowania w okresie od 01.01.2016 r. do 31.12.2023 r.

Kraj pochodzenia	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Razem	3 739	4 667	8 192	17 362	14 346	19 642	21 515	19 203
Ukraina	1 425	2 086	4 431	11 171	8 536	10 710	8 164	5 487
Białoruś	392	558	1 025	1 836	1 799	4 276	7 527	7 989
Rosja	345	449	657	863	800	1 025	1 112	828
Indie	196	161	250	473	337	415	574	611
Turcja	42	35	93	154	162	121	162	225
Włochy	54	59	113	188	209	224	252	236
Chiny	94	97	57	148	116	30	67	75
Niemcy	97	126	146	182	199	214	255	249
Wielka Brytania	68	74	92	129	124	138	128	122
Pozostałe kraje	1 026	1 022	1 328	2 218	2 064	2 489	3 274	3 381

Źródło: *Gdańsk w liczbach. Cudzoziemcy i zameldowania na pobyt stały i czasowy w Gdańsku* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://gicigdansk.sharepoint.com/:x/s/UMG-OtwarteDane3.0/ERFC21zV20lLjnP9DJgZffIB2mgvGV-F-KjK22XZGPzaoQ?rttime=c7sm7Wh73Eg>.

Miasto Gdańsk stara się zapewnić równość i spójność społeczeństw zróżnicowanych kulturowo, zachęcając do mieszania się i interakcji między ludźmi o różnym pochodzeniu, kulturze i korzeniach w celu budowania tożsamości zbiorowej, która obejmuje pluralizm kulturowy, prawa człowieka, demokrację, równość płci i niedyskryminację. Przejawem tej troski jest m.in. organizowanie dla obcokrajowców darmowych kursów języka polskiego, imprez integracyjnych, pikników wielokulturowych, dbanie o ich zdrowie i aktywność na rynku pracy. W działania te włączają się różne instytucje kultury, w tym również biblioteki.

Aktywność bibliotek w zakresie integracji międzykulturowej często obejmuje szeroki zakres inicjatyw mających na celu promowanie dialogu, zrozumienia i akceptacji różnorodności kulturowej. Oto kilka przykładów konkretnych działań, jakie mogą podejmować biblioteki w tym obszarze:

1. Kolekcje wielokulturowe – biblioteki mogą poszerzać swoje kolekcje o książki, czasopisma, filmy i muzykę z różnych kultur i w różnych językach, co umożliwia czytelnikom zapoznanie się z różnorodnością kulturową.
2. Kursy języka i kultury dla migrantów – organizowanie kursów języka, kultury i historii kraju dla migrantów może pomóc im w integracji społecznej oraz w lepszym zrozumieniu i akceptacji kultury kraju, w którym się osiedlają.
3. Wydarzenia kulturalne i edukacyjne – biblioteki mogą być miejscem organizacji różnorodnych wydarzeń kulturalnych, takich jak wystawy, koncerty, warsztaty kulinarne czy spotkania autorskie, które promują różnorodność kulturową i zachęcają do dialogu międzykulturowego.
4. Programy partnerskie z organizacjami pozarządowymi – współpraca z organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz migrantów i uchodźców może prowadzić do organizacji wspólnych programów edukacyjnych, integracyjnych i wsparcia dla migrantów.
5. Spotkania interkulturowe – organizowanie regularnych spotkań interkulturowych, gdzie różne grupy kulturowe mogą spotkać się, wymieniać doświadczeniami i budować wzajemne relacje, może sprzyjać integracji społecznej i wzajemnemu zrozumieniu.
6. Dostępność usług dla migrantów – biblioteki mogą oferować usługi dostosowane do potrzeb migrantów, takie jak wsparcie w procesie integracji, porady prawne czy dostęp do informacji o lokalnej społeczności i instytucjach.

Do gdańskich bibliotek publicznych coraz częściej przychodzą osoby z Ukrainy i z Białorusi, pytając o pozycje książkowe w ich języku ojczystym. W związku z tym Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada Korzeniowskiego w Gdańsku zaczęła gromadzić księgozbiór dla nowej grupy odbiorców. Dzięki współpracy z Instytutem Książki biblioteka otrzymała 5600 egzemplarzy książek w języku ukraińskim, z których 5000 trafiło do filii samorządowych, a 600 przekazano do szkół podstawowych w Gdańsku. Oprócz tego także Fundacja RC przekazała bibliotece 200 egzemplarzy książek w języku ukraińskim.

Współczesna biblioteka to nie tylko miejsce udostępniania książek, informacji i materiałów naukowych, to również przestrzeń zarówno rzeczywista, jak i wirtualna do realizacji społecznościowych inicjatyw kulturalnych i edukacyjnych. Ważne jest, aby biblioteki były otwarte na różnorodność kulturową i podejmowały aktywne działania w celu promowania integracji międzykulturowej, co przyczynia się do budowania otwartego i tolerancyjnego społeczeństwa. Przykładem takiej biblioteki jest Filia Naukowa Miejskiej i Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku przy ul. Obrońców Wybrzeża 2, którą zna już wielu gdańskich cudzoziemców.

Od kilku lat biblioteka współpracuje z Centrum Wsparcia Imigrantów i Imigrantek w Gdańsku i udostępnia swoją przestrzeń do organizowania lekcji języka polskiego jako obcego. Na lekcje przychodzą cudzoziemcy różnych narodowości, ale zdecydowanie przeważają Ukraińcy i Białorusini. Ponadto biblioteka współpracuje z Fundacją 4US z Gdańska, której jednym z głównych celów jest integracja międzykulturowa. Fundacja powstała w 2023 r., ale ma już na swoim koncie wiele działań edukacyjno-kulturalnych skierowanych do obcokrajowców. Wspólnie z Fundacją zorganizowano w bibliotece 5 spotkań, mających na celu integrowanie społeczności lokalnej z imigrantami i imigrantkami z różnych stron świata.

Pierwsze wspólne wydarzenie, zatytułowane „Życie na emigracji”, odbyło się 21 kwietnia 2023 r., a jego głównym założeniem było poznanie kultury i obyczajów różnych nacji, wymiana doświadczeń emigracyjnych oraz praktyczna nauka języka polskiego. W spotkaniu wzięli udział obcokrajowcy z Wielkiej Brytanii, Białorusi, Chin, Nigerii, Turcji, Ukrainy, Rosji i Tajlandii. Spotkanie uświetnił koncert znanych gdańskich muzyków: Tomasza Olszewskiego i Jarosława Ziętka. Wiele emocji wywołał konkurs piosenek narodowych śpiewanych przez uczestników spotkania.

Drugie wydarzenie z tego cyklu miało miejsce 19 maja 2023 r. Studenci Uniwersytetu Gdańskiego z Turcji i Chin zaprezentowali na nim historię i kulturę swoich krajów. W programie spotkania nie zabrakło dyskusji o doświadczeniach migracyjnych i życiu w Polsce. Podczas spotkania przy dźwiękach gitary wspólnie śpiewano, tym razem polskie utwory muzyczne (zob. fot. 1).

Fotografia 1. Spotkanie międzykulturowe w bibliotece



Źródło: materiały własne.

13 października 2023 r. odbył się Międzynarodowy Festiwal Twórczości Wszelakiej, na którym wielu artystów amatorów z różnych krajów zaprezentowało swoje prace. Można było podziwiać obrazy, grafiki komputerowe, zdjęcia, ręcznie robioną biżuterię, torby oraz artystyczne torty. Była to dla wielu cudzoziemców okazja do promowania swoich umiejętności i zdolności, a także możliwość wymiany doświadczeń nie tylko emigracyjnych, ale także z zakresu twórczości artystycznej.

Na kolejnym spotkaniu zorganizowanym przed świętami Bożego Narodzenia śpiewano kolędy nie tylko w języku polskim, ale także po ukraińsku i rosyjsku. Publiczność najbardziej jednak zachwycił występ chińskich studentów z Uniwersytetu Gdańskiego, którzy zaśpiewali niezwykle radosne noworoczne piosenki. Cudzoziemcy opowiadali też o tradycjach świątecznych kulturowanych w ich krajach. W trakcie spotkania odbyły się warsztaty tworzenia stroików i kartek świątecznych (fot. 2).

Fotografia 2. Spotkanie świąteczne w bibliotece



Źródło: materiały własne.

„Mój kraj, moja ojczyzna. Chiny i Japonia” to tytuł kolejnego wydarzenia, które odbyło się w kwietniu 2024 r. Studenci z Chin i Japonii opowiadali, co warto zobaczyć w ich ojczyźnie, jakie są różnice kulturowe pomiędzy Polską, Chinami i Japonią. Po ich wystąpieniu odbył się quiz na telefonach komórkowych, który wyłonił najbardziej uważnych słuchaczy. Organizatorzy spotkania nagrodzili ich grą planszową *Chińczyk* i książką *Zanim wystygnie kawa* znanej japońskiej pisarki Toshikazu Kawaguchi. Kolejnym punktem spotkania były gry planszowe, które okazały się niezwykle skutecznym sposobem integracji międzykulturowej. Spotkanie uświetnił występ Marty Bielawskiej, wokalistki Studium Wokalnego Uniwersytetu Gdańskiego.

Działania Filii Naukowej WiMBP w Gdańsku z każdym spotkaniem skupiają coraz większą liczbę uczestników. Świadczy to o potrzebie integracji międzykulturowej, a także o tym, że przestrzeń biblioteki jest sprzyjającym miejscem na tego typu działania. Same imprezy dają możliwość prowadzenia rozmów, zawierania nowych znajomości, budowania relacji, poznawania kultury polskiej i innych narodów oraz integracji międzykulturowej.

Innym przykładem działań, mających na celu integrację międzykulturową, jest aktywność Biblioteki Głównej Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego. W 2022 r. biblioteka brała udział w organizacji obchodów Roku Komunikacji i Integracji Międzykulturowej, w ramach których zorganizowała Tydzień Bibliotek, spotkania z literaturą innych krajów, podcasty-polecanki dotyczące literatury obcej, międzynarodowy kącik bookcrossingowy oraz wystawę o noblistach.

Z kolei 11 maja 2023 r. Centrum Psychologii GUMed we współpracy z Biblioteką Główną oraz Gazetą GUMed zorganizowało wydarzenie „Żywa Biblioteka”. Spotkanie odbyło się w Bibliotece Głównej i dało przestrzeń do rozmowy, dyskusji, wymiany doświadczeń i poglądów, gdzie każdy mógł zakwestionować stereotypowy sposób myślenia i podjąć próbę zmiany światopoglądu. Osoby dotknięte szeroko rozumianą stereotypizacją i dyskryminacją mogły podzielić się swoimi doświadczeniami, wypełniając formularz, wcielając się w „Żywe Książki” i opowiadając o trudnych życiowych sytuacjach [3].

Natomiast jednym z kluczowych celów realizowanych przez Bibliotekę Politechniki Gdańskiej jest wspomaganie procesu internacjonalizacji prowadzonego na Politechnice, także w kontekście obsługi bibliotecznej studentów zagranicznych. Cel ten jest realizowany poprzez wdrażanie od 2017 r. następujących działań:

- powołanie do życia Zespołu ds. Międzynarodowej Współpracy Akademickiej w Bibliotece Politechniki Gdańskiej;
- utworzenie oddzielnej komórki w Bibliotece PG o nazwie Library Welcome Center;
- aktualizacja strony Biblioteki PG w języku angielskim;
- wprowadzenie do oferty biblioteki warsztatów kompetencji informacyjnych dla obcokrajowców (Library Information Literacy Workshops);
- rozwijanie współpracy między sekcjami Biblioteki PG (nastawione zasadniczo na budowanie zespołów, rozwój komunikacji międzyludzkiej i usprawnienie przepływu informacji między jednostkami) [6].

Przedstawione przykłady inicjatyw pozwoliły zmodyfikować i uatrakcyjnić ofertę usług świadczonych w Bibliotece PG, działającej w coraz bardziej umiędzynarodowionym środowisku. Biblioteka jako ogólnouczelniana jednostka usługowa, będąca jednocześnie organizacją uczestniczącą w kształceniu, stymuluje usługi odpowiadające aktualnym potrzebom swoich użytkowników, w tym użytkowników zagranicznych.

Dla większości bibliotek różnorodność i wielokulturowość jest zarówno wyzwaniem, niekiedy wręcz problem organizacyjnym, wymagającym dodatkowego nakładu pracy i pogodzenia różnych postaw oraz preferencji, jak i szansą na poznanie odmiennych kultur, stanowisk, przekonań oraz nauczania się funkcjonowania wśród ludzi o odmiennym systemie wartości. Wielokulturowość służy poszerzaniu horyzontów i budowaniu tolerancji, a więc dostrzeganiu perspektywy drugiego człowieka [7, s. 615].

W dzisiejszych czasach wielokulturowość jest najczęściej konsekwencją migracji, w tym z powodów edukacyjnych, oraz szeroko pojętej globalizacji. Wielokulturowość jest rozumiana także jako polityka władz, nastawiona na integrację imigrantów, w celu eliminowania napięć społecznych związanych ze zróżnicowaniem kulturowym danej społeczności.

Brak integracji prowadzi do tworzenia czegoś w rodzaju rezerwatów kulturowych, dzielnic i gett etnicznych czy rasowych, wyalienowanych wspólnot religijnych. Dlatego w polityce integracyjnej należy przyjąć wyważone i kompleksowe podejście, stanowiące konsensus pomiędzy obowiązkami migrantów a obowiązkami społeczeństw. Biblioteki w dobie migracji powinny stać się pomostem pomiędzy imigrantami a społeczeństwem lokalnym, a spotkania integracyjne odbywające się w przestrzeni bibliotecznej winny integrować nie tylko samych cudzoziemców, ale przede wszystkim społeczność lokalną z cudzoziemcami, którzy zdecydowali się zamieszkać w danym kraju. W związku z tym niezbędne wydaje się przygotowanie przez te instytucje strategii działań uwzględniających te perspektywy i potrzeby.

Bibliografia

1. D'ALBIS Hippolyte, BOUBTANE Ekrame, COULIBALY Dramane. Macroeconomic evidence suggests that asylum seekers are not a "burden" for Western European countries. *Science Advances*. 2018, nr 6, s. 1–5. ISSN 2375-2548.
2. *Gdańsk w liczbach. Cudzoziemcy i zameldowania na pobyt stały i czasowy w Gdańsku* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://gcigdansk.sharepoint.com/:x/s/UMG-OtwarteDane3.0/ERFC21zV20LjnP9D\]gZfflB2mgvGV-F-KjK22XZGPzaoQ?rttime=c7sm7Wh73Eg](https://gcigdansk.sharepoint.com/:x/s/UMG-OtwarteDane3.0/ERFC21zV20LjnP9D]gZfflB2mgvGV-F-KjK22XZGPzaoQ?rttime=c7sm7Wh73Eg). Stan z dnia 15.02.2024.
3. GDAŃSKI UNIWERSYTET MEDYCZNY. *Rok Komunikacji i Integracji Międzykulturowej Społeczności GUMed* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://youarewelcome.gumed.edu.pl/65136.html>. Stan z dnia 02.12.2023.
4. *Model integracji imigrantów*. Gdańsk: Urząd Miejski w Gdańsku, 2016.
5. RADA EUROPY. *Strategie integracji międzykulturowej: zarządzanie różnorodnością jako szansą* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://rm.coe.int/cdadi-2021-6-model-framework-polish-version-final/1680a74b84>. Stan z dnia 20.12.2023.
6. SZYBOWSKA Urszula. Umiejdzynarodowienie usług Biblioteki Politechniki Gdańskiej. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2019, nr 1. Tryb dostępu: <https://www.ebiboj.s.pl/index.php/ebib/article/view/24>. Stan z dnia 12.05.2024.
7. WOJCIECHOWSKA Maja. Biblioteki w otoczeniu wielokulturowym. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie biblioteką*. Wyd. 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2021, s. 613–628. ISBN 987-83-65741-71-4.

Oliwia Janica

Uniwersytet Gdański
oliwianica@gmail.com

Oddziaływanie środowiska zewnętrznego na rozwój czytelniczy dzieci. Perspektywa roli bibliotek w erze mediów społecznościowych

Słowa kluczowe: czytelnictwo dzieci, inicjacje czytelnicze, oferta bibliotek

Abstrakt: Tematem artykułu jest wpływ środowiska zewnętrznego na inicjacje czytelnicze dzieci. Przedstawiono rys literatury dziecięcej oraz typy inicjacji czytelniczej ze szczególnym uwzględnieniem bibliotek, które dzięki programom adresowanym do młodych ludzi i ich rodziców mogą doprowadzić do zwiększenia zainteresowania literaturą.

Keywords: children's reading habits, reading initiatives, library offerings

Abstract: The paper addresses the impact of the external environment on children's reading initiation. It presents an overview of children's literature and types of reading initiation, with particular emphasis on libraries. Libraries, through programs targeted at young people and their parents, have the potential to significantly enhance interest in literature. The discussion explores how library initiatives can foster a greater engagement with reading among children.

Wprowadzenie

Temat wpływu środowiska zewnętrznego na inicjacje czytelnicze dzieci podjęto, ponieważ można odnieść wrażenie, że mimo licznych badań tego zagadnienia (a zwłaszcza tego, w jaki sposób inicjacje się odbywają i w jakich środowiskach) nie zostało ono wystarczająco dobrze przeanalizowane. Dlatego celem artykułu jest przedstawienie najczęstszych dróg inicjacji czytelniczej i rozpatrzenie, czy rodzinna inicjacja czytelnicza jest najczęstszą z nich oraz niezbędną do zaistnienia fascynacji literaturą w dorosłym życiu. Zachowania i motywy czytelników omówiono w kontekście zmian wynikających z ekspansji nowych mediów oraz oferty usługowej bibliotek i ich działalności marketingowej.

W pierwszej kolejności skupiono się na teoretycznych zagadnieniach dotyczących literatury dziecięcej. Przytoczono różne definicje – zaczynając od słownikowych, a kończąc na określeniach stworzonych przez badaczy tej dziedziny. Następnie przedstawiono rys historyczny oraz kategorie, funkcje i gatunki literatury dziecięcej. Zaprezentowano także opis trzech dróg inicjacji czytelniczej, które mogą odbyć się w środowisku rodzinnym, poprzez działalność instytucji wychowawczej (w tym biblioteki) oraz w społeczności rówieśniczej.

Badacze zgodnie uważają, że rodzina jest najważniejszym czynnikiem w wychowaniu młodego czytelnika. Pojawiają się nawet stwierdzenia, że bez wkładu najbliższych niemożliwe jest, aby dziecko w przyszłości zaczęło czytać. Warto jednak zwrócić także uwagę na rolę i możliwości bibliotek w tym zakresie, które poza inspirującą ofertą powinny prowadzić szeroko zakrojoną, skierowaną do rodziców, kampanię informacyjną na temat korzyści płynących z czytania, ale również zajęć, które książkę i czytanie pozwalają najmłodszym przybliżyć. Należy pamiętać, że bez intensywnej komunikacji z opiekunami najmłodszych nawet najlepsza oferta biblioteczna może zostać niezauważona, a co za tym idzie – niewykorzystany zostanie jej potencjał i możliwości zaszczerpania miłości do literatury [2].

W drugiej części artykułu przedstawiono wyniki badania ankietowego na temat najczęstszej drogi inicjacji czytelniczej u dzieci. Jego celem było ustalenie wpływu środowiska zewnętrznego na czytelnictwo najmłodszych oraz sprawdzenie prawdziwości twierdzenia, że inicjacja rodzinna jest najważniejsza w procesie kształcenia młodego czytelnika.

W toku badań zastosowano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa oraz metodę sondażu diagnostycznego, w tym wywiad oraz ankietę. Ankietę umieszczono na portalach społecznościowych z prośbą o udzielenie odpowiedzi na postawione w niej pytania. Z niektórymi z respondentów przeprowadzono dodatkowo wywiady w celu uzupełnienia wiedzy na temat dróg inicjacji czytelniczych.

Różne określenia terminu „literatura dziecięca”

Termin „literatura dziecięca” jest dość płynny, ponieważ najczęściej bywa łączony z pojęciem „literatura młodzieżowa”. *Słownik języka polskiego PWN* podaje następującą definicję literatury dla dzieci i młodzieży: „dział piśmiennictwa ogólnego, o nieostrych granicach, wyodrębniany ze względu na przeznaczenie dla młodych odbiorców, podlegający wewnętrznym podziałom odpowiadającym fazom rozwojowym (dzieci młodsze i starsze, młodzież)” [5]. Natomiast w *Słowniku literatury dziecięcej i młodzieżowej* znajdziemy takie wyjaśnienie tego terminu: „ogół utworów literackich pisanych intencjonalnie dla młodego czytelnika, a także przyjętych z lektur dorosłych i rzeczywiście funkcjonujących w dziecięco-młodzieżowym obiegu czytelniczym danego miejsca i czasu; zdaniem niektórych badaczy w obręb literatury dla dzieci i młodzieży wchodzi teksty z zakresu folkloru dziecięcego oraz literacka twórczość dzieci i nastolatków” [15, s. 224] – czyli literatura dziecięca to taka, która jest pisana z myślą o dzieciach, lub taka, która w myśli autora przeznaczona była dla kręgu czytelników dorosłych, aczkolwiek została zaanektowana przez czytelników młodszych. Dalej jednak można znaleźć informację o rozgraniczeniu tych dwóch terminów: „zakres terminu literatura dla dzieci i młodzieży jest nieściśły; książki dla dzieci najmłodszych są stosunkowo łatwo wyróżnialne (szata graficzna, wielkość czcionki, język), natomiast im czytelnik jest starszy i bardziej zbliża się do wieku dojrzałego, tym kategoria adresata staje się mniej przejrzysta; teksty pisane z myślą o czytelniku w wieku lat 14 czy 15 często funkcjonują w kulturze w formie lektur relaksowych (tzw. czytadeł), np. powieści M. Musierowicz” [15, s. 224]. Na podstawie przytoczonego fragmentu można założyć, że literatura dziecięca adresowana jest do osób od lat najmłodszych (czyli teoretycznie od narodzin) do osiągnięcia 14. roku życia.

Jerzy Cieślukowski określa literaturę dziecięcą mianem „literatury czwartej”. Termin ten wziął się od twierdzenia, że „na przestrzeń «dziecinność» składają się [...] cztery strefy konkretyzacji znaczeniowej i funkcjonalnej” [4, s. 9]. Pierwszą strefę stanowią wypowiedzi literackie, w których dziecko i dzieciństwo pojawiają się jako temat. Za przykład posłużyć mogą teksty pozytywistów, takie jak: *Janko Muzykant* Henryka Sienkiewicza czy *Antek* Bolesława Prusa. Są to jednak utwory kierowane do dorosłych z tematem lub bohaterem dziecięcym, a więc nie są tworzone z myślą o dziecku. Strefę drugą stanowią będą teksty pisane z powodu dziecka „okazjonalnie”. Zalicza się tu wiersze okolicznościowe, adresowane do rodziców z okazji urodzenia się dziecka, czy epitafia na nagrobkach dziecięcych, nierzadko poetyckie. Strefa trzecia to „teksty pisane jak dla dzieci”. Literaturę dziecięcą stanowiłaby jednak strefa czwarta, czyli utwory przeznaczone dla dziecka i do niego adresowane. Tym podziałem Jerzy Cieślukowski nawiązał do typologii Czesława Hernasa, który wyróżnił trzy literatury: narodową, ludową i brukową, wskazując tym samym na jej osobne poetyki [1, s. 18], w związku z czym literatura dziecięca (która zaczęła zarysowywać się dopiero w dobie oświecenia) stanowiłaby zjawisko całkowicie nowe, stąd też określano ją mianem literatury „czwartej” lub „osobnej” [4, s. 9–10].

W znakomity sposób rozważania te podsumowała Zofia Adamczykowa pisząc, że „w odniesieniu do literatury dla dzieci i młodzieży przyjęły się terminy: literatura «czwarta» lub literatura «osobna», które sugerują odmienne jej byty i kierują uwagę ku specyficznym funkcjom, jakie się jej wyznacza (czynniki zewnętrzne), oraz szczególnym kategoriom wewnątrztekstowym, respektowanym przez jej twórców (poetyka «własna»)» [1, s. 18]. Wypadałoby również wspomnieć o słowach Marii Dąbrowskiej, która – jako recenzentka książek dla dzieci – ubolewała nad zaniedbaniami w tej dziedzinie, pisząc: „można zapełnić całe kolumny rozważaniem na temat najlichszej książki dla dorosłych, ale mało kto uważa za godne pióra zastanowić się nad elementami arcyzmu książek dzieciennych, choćby to nawet był arcyzm najwyższej próby. Czas najwyższy, ażeby książki dla dzieci i młodzieży, ten prawdziwy czwarty stan sztuki, znalazły prawo obywatelstwa w dziedzinie literatury” [1, s. 18]. Warto w tym miejscu wspomnieć, że Maria Dąbrowska żyła i działała w latach 1889–1965, zwróćmy więc uwagę, ile czasu musiało minąć, ażeby zaczęto traktować literaturę dziecięcą jako pełnoprawną literaturę, która zawiera inne cele – chociażby artystyczne – aniżeli tylko dydaktyczno-moralizatorskie.

Kontynuując, wypadałoby zwrócić uwagę na rozbieżność terminów „literatura dziecięca” oraz „literatura dla dzieci”, które często bywają używane jako synonimiczne. Igor Bykowski zwraca uwagę na ich różne rozumienie. Pisze, powołując się na Jerzego Cieślukowskiego, że: „literatura dziecięca to taka literatura, która posługuje się typem ekspresji warunkowanym dziecięcym punktem widzenia, wyobraźnią, która stała się niezależna. Z kolei literatura dla dzieci jest tworzona z myślą o najmłodszych odbiorcach, gdzie największe znaczenie odgrywa funkcja dydaktyczna i wychowawcza książki” [3, s. 10]. Oznaczałoby to więc, że literatura dziecięca sięga ku arcyzmowi, powołując się na dziecięcą wyobraźnię, czyli historia utożsamiana jest z przeżyciami dziecka i kierowana ku nieokreślonemu adresatowi, natomiast literatura dla dzieci stanowi ten dydaktyczno-wychowawczy odłam, którego adresatem jest dziecko, winne z książki się czegoś nauczyć.

Na podstawie powyższych rozważań stwierdzić można, że termin „literatura dziecięca” jest nadal dość płynny i niedookreślony, aczkolwiek na przestrzeni wieków badacze dołożyli wszelkich starań, żeby jak najbardziej definicję tego odłamu piśmiennictwa uściślić.

Rozwój literatury dziecięcej

Jednoznaczne określenie początków literatury dziecięcej sprawia trudność, w związku z czym przyjęte daty są umowne i płynne. Z pewnością można jednak stwierdzić, że świadomość odrębności literatury dziecięcej zaznaczyła się w Polsce w czasach oświecenia, czyli stosunkowo późno. Niezaprzeczalne jest jednak to, że ta odmiana piśmiennictwa towarzyszyła najmłodszym od dawna, była po prostu przekazywana ustnie w formie pieśni czy baśni. Nikt nie chciał zajmować się pisaniem utworów dla dzieci, ponieważ powszechnie uważano to zajęcie za niepoważne. Dodatkowo do czasów oświecenia panował dość duży analfabetyzm, kto więc miał czytać wspomnianą literaturę, skoro dzieci nie potrafiły wykonywać tej czynności? Dopiero od okresu oświecenia wzrasta poziom edukacji w naszym kraju.

Jeżeli chodzi o początki literatury dziecięcej na świecie, to za Igorem Bykowskim można przyjąć, że z jednej strony o jej funkcjonowaniu należy mówić już od XVII w. (np. *Don Kichot z la Manchy*), a z drugiej pozostawała ona nadal literaturą niesamodzielną. Wielu badaczy uważa, że proces wydzielenia się literatury dziecięcej przypadł na wiek XVIII lub XIX albo przełom tychże. Można wówczas mówić o wyodrębnieniu się dzieł literatury dziecięcej jako utworów, które kierują się własnymi celami i rządzą się swoimi odrębnymi prawami. Za Joanną Papuzińską przyjmuje się zwykle, że początek literatury dziecięcej to wydanie dwóch utworów pod koniec XVII w. we Francji: pierwszym z nich są *Baśnie Babci Gąski*, opublikowane w 1697 r., autorstwa Charles’a Perraulta, a drugim dziełem są *Przypadki Telemaka*, wydane rok później, autorstwa Felelona [3, s. 14].

Jak już wspomniano, w Polsce literatura dziecięca zaczęła wyodrębniać się w dobie oświecenia (czas powstawania bajek Krasickiego czy jego powieści przygodowej pt. *Mikołaja Doświadczyńskiego przypadki*), kiedy to miały miejsce liczne reformy edukacji¹, a dodatkowo na znaczeniu zyskał cel jak najlepszego wychowania młodego pokolenia (stąd też początkowo literatura dziecięca miała charakter przeważnie dydaktyczno-wychowawczy). Igor Bykowski zwrócił uwagę na to, że zmianę w postrzeganiu miejsca i roli literatury dziecięcej widać także na przykładzie rozwoju ówczesnego rynku księgarskiego. Zaczęto tworzyć wówczas specjalne półki dla dzieci, tak by miały one swobodny dostęp do książek i mogły samodzielnie po nie sięgać. Dodatkowo w połowie XVIII w. pojawił się na rynku wydawniczym pierwszy miesięcznik dla dzieci, który nosił tytuł *The Lilibutain Magazine*. Widać więc, że rozwój literatury dziecięcej miał nie tylko istotny wpływ na kanon lektur, ale także na rozwój i przeobrażenia rynku wydawniczego oraz księgarskiego [3, s. 15]. O bibliotekach dziecięcych w tym okresie nie ma jeszcze mowy

Mimo że w dobie oświecenia powstały warunki do rozwoju literatury dziecięcej i zaczęła się ona wyodrębniać, to nie można powiedzieć, że właśnie wtedy ten typ literatury był

¹ Np. w 1773 r. powstała Komisja Edukacji Narodowej, a w 1792 r. Towarzystwo do Ksiąg Elementarnych.

na naszych ziemiach praktykowany. Nie było rodzimych autorów, którzy zajmowaliby się tą twórczością, oprócz wspomnianego wcześniej Ignacego Krasickiego, którego bajki na stałe weszły do kanonu literatury dziecięcej i są nadal obowiązkową lekturą w szkołach. Cytując za Jerzym Cieślukowskim, można przyjąć, że: „najwcześniejszą u nas refleksją na temat już funkcjonującej i na przyszłość pożądanej literatury dla dzieci jest wypowiedź Jędrzeja Śniadeckiego w *O fizycznym wychowaniu dzieci z 1805 r.*” [4, s. 22]. W przytoczonym fragmencie można zauważyć zaznaczenie świadomości istnienia literatury dziecięcej: „już funkcjonującej”. Istniała ona, jednak nie tworzono na szeroką skalę jej rodzimych odpowiedników.

Na samym początku literatura dziecięca była nastawiona głównie na spełnianie celów edukacyjno-wychowawczych, co jest związane z trudną historią Polski, która przez wiele lat pozostawała pod obcymi zaborami. Istotnymi tematami były więc: patriotyzm, dbanie o język ojczysty, kultywowanie rodzimych tradycji. Mimo tak istotnych pojęć, w literaturze dziecięcej przez długi czas nie poruszano zagadnień kontrowersyjnych, można powiedzieć, że była ona przepuszczana przez pewnego rodzaju „filtr”, dzięki czemu tworzono świat idealny, bez ciemnych barw.

Za pierwszych polskich pisarzy „dziecięcych”, a zarazem czynnych pedagogów, uznaje się Klementynę Hoffmanową – autorkę rozprawy pedagogicznej pt. *Pamiętka po dobrej matce*, licznych powiastek i opowiadań, a także Stanisława Jachowicza – dziennikarza i pedagoga, poetę oraz bajkopisarza, którego utwory (np. *Bajeczka o chorym kotku*) zabawiła i uczyła wielu młodych Polaków [1, s. 12]. Nadal jednak głównym celem tej literatury pozostawało wychowanie oraz przedstawienie, co jest dobre, a co złe.

Rozwój literatury dziecięcej nastąpił w okresie pozytywizmu. Zgodnie z założeniami tej epoki, była to w przeważającej części twórczość prozatorska, a ponadto:

1. Literatura dziecięca miała być przede wszystkim narzędziem służącym wychowaniu młodego obywatela, dlatego często poruszano w dziełach tego typu następujące tematy: rozwój gospodarczy, patriotyzm, podnoszenie kwalifikacji społeczeństwa.
2. Literatura dziecięca, uważana za drugorzędną, nie była kontrolowana przez cenzurę tak bardzo, jak literatura dla dorosłych, w związku z tym łatwiej było „przemycić” w niej wartości patriotyczne.
3. Dziecko stało się tematem i zarazem bohaterem literackim [3, s. 19].

Na podstawie przytoczonych cech można wywnioskować, że pomimo jej rozwoju, literatura dziecięca była jedynie środkiem do osiągnięcia „wyższych celów”, nie skupiano się więc na potrzebach literackich dziecka.

Na przełomie wieku XIX i XX doszło do swoistej rewolucji w polskiej literaturze dziecięcej, „polegającej na zerwaniu z ideą wąsko pojętego i nachalnego dydaktyzmu oraz wprowadzeniu wyrazistych kategorii literackich, które do dzisiaj stanowią o walorach tekstów z perspektywy młodego odbiorcy, takich jak: fantastyka, przygoda i bohater rówieśniczy” [6, s. 15]. Rolę przełomową wyznacza się dwóm autorom i utworom, tj. *Baśni o krasnoludkach i sierotce Marysi* Marii Konopnickiej (1896 r.), która dała początek baśniowej fantastyce, oraz powieści *W pustyni i w puszczy* Henryka Sienkiewicza (1911 r.) [1, s. 12–13].

Po raz pierwszy można mówić o zainteresowaniu się literaturą dziecięcą przez czołowych przedstawicieli epoki.

Wiek XX był wiekiem przełomowym, jeżeli chodzi o literaturę dziecięcą – „miał być wiekiem dziecka, i to nie tylko za sprawą książki Ellen Key² (*Stulecie dziecka* – 1900 r.), lecz głównie za sprawą literackiej wizji nowego wieku” [3, s. 20–21]. Pod koniec XIX stulecia doszło do ukierunkowania na wzbogacenie wiedzy na temat dzieci, tworzone modele szkół idealnych dla najmłodszych oraz dokonywano nowych odkryć w zakresie pedagogiki. Badacze zaczęli skupiać się na poznaniu psychiki dziecka. Zaczęto przyznawać, że dziecko jest podmiotem edukacji i wychowania. Dużą wagę przywiązywano do roli dziecięcej wyobraźni, wiele pisano na temat procesu kształtowania się charakteru młodego człowieka. Niewątpliwie więc nastąpiła zmiana w postrzeganiu dziecka [3, s. 20–21]. Można powiedzieć, że tak naprawdę w XX w. skupiono się na tym, aby tworzyć prawdziwą literaturę dla dzieci, a nie taką, która będzie narzędziem do spełniania „wyższych celów” (jak w dobie pozytywizmu) czy podręcznikiem wychowawczym.

Charakterystyczna dla literatury XX w. była stopniowa rezygnacja z haseł pozytywistycznych, takich jak praca, użyteczność społeczna czy aktywne działanie w społeczeństwie. Autorzy książek zaczęli akcentować potrzebę skupienia się na uczuciach oraz na kształtowaniu ludzkiego charakteru za pomocą literatury. Głównym jej tematem w tamtym okresie stał się człowiek wraz z jego przeżyciami wewnętrznymi oraz procesem dorastania i dojrzewania [3, s. 21]. Okres ten jest istotny w rozwoju literatury dziecięcej, ponieważ to wówczas zauważano ważną rolę tej twórczości i przestano traktować ją z przymrużeniem oka. Zaczęto zwracać uwagę na znaczenie rozmiaru i kroju pisma, ilustracje czy nawet liczbę stron, co w dzisiejszych czasach stanowi wyróżnik literatury dziecięcej. Dzięki temu wyszła ona z głębokiego zacofania. „W tamtych czasach pojawiają się coraz silniejsze głosy domagające się oddzielenia literatury od służebności pedagogice, środowisko społeczne chce literatury dla dzieci innej niż dotychczas [...]. Autorzy książek usiłują dostosować poziom i język swoich dzieł do możliwości poznawczych dzieci i młodzieży” – pisał Igor Bykowski [3, s. 23]. Wówczas po raz pierwszy w kontekście literatury dziecięcej pojawiły się takie terminy, jak: baśń, bohater rówieśniczy i przygoda, co miało istotny wpływ na dalszy rozwój tej literatury „osobnej”.

W okresie dwudziestolecia międzywojennego nastąpiło zerwanie z tradycjonalizmem, a literatura została ukierunkowana na najbardziej aktualne tematy, zaczęła też odwoływać się do sztuki współczesnej. Natomiast jeżeli chodzi o literaturę dziecięcą, to nowych sympatyków zdobywała literatura fantastyczna oraz baśniowa. Literatura dziecięca zaczęła zajmować się także tematami trudnymi, nie opisywała już życia w sielankowej koncepcji. Postrzegano to jako zaletę, ponieważ przedstawienie różnych problemów (np. walka o niepodległość) miało przygotowywać dzieci do dorosłego życia. Nie oszukiwano ich kreowaniem idealnego świata, który po prostu nie istniał.

Wybuch II wojny światowej doprowadził do nagłego przerwania rozwoju literatury dziecięcej, a doświadczenia tego okresu odbiły swoje piętno na wszelkich typach

² Ellen Key była szwedzką pisarką, nauczycielką oraz pedagogiem. Jest uważana za prekursorkę ruchu reformy pedagogicznej.

twórczości. Długo nie pisano dzieł z zakresu tzw. literatury „osobnej”. W okresie socrealizmu z kolei chętnie pisano o wartościach rodzinnych i o tym, że dziecko powinno być posłuszne i dobrze się uczyć. Przełom nastąpił w latach 60-tych: tematem na powrót staje się dziecięca wyobraźnia i dziecko, a dokładniej podejmowane przez nie różnych czynności: lepienie z plasteliny, majsterkowanie; dziecko staje się osobą, która posiada emocje. Jego zachowanie tłumaczy się więc z „dziecięcego” punktu widzenia, a nie – jak dotychczas – z „dorosłego”; pojawiają się tematy przykre, nieprzyjemne, takie jak: rozwód rodziców, samotni rodzice, niezrozumienie dziecka z rodzicem [3, s. 24–27].

W następnych latach literatura dziecięca cały czas się rozwijała. Zaczęło zajmować się nią znacznie więcej osób niż wcześniej, a co za tym idzie – coraz więcej książek przeznaczano dla tego kręgu czytelników. Nietrudno zauważyć, że tematyka z biegiem czasu również się zmieniała. Współcześnie możemy mówić o pewnym przekroczeniu założonego „tabu”, ponieważ w książkach dla dzieci zaczynają pojawiać się tematy, które wcześniej uznano by za nieodpowiednie. Można tu przytoczyć chociażby fakt pojawiania się osób homoseksualnych w tego typu utworach³.

Zofia Adamczykowa w znakomity sposób podsumowała rozwój literatury dziecięcej: „Wywalczywszy sobie prawo do bycia literaturą piękną, literatura dla dzieci respektowała jednakże – i nadal respektuje – swoje cechy osobne, które między innymi wynikają ze swoich funkcji, jakie winna spełniać, a także ze szczególnych relacji nadawczo-odbiorczych oraz konieczności uwzględnienia perspektywy odbiorcy dziecięcego, którego gusta, potrzeby i aspiracje czytelnicze ulegają ciągłym zmianom, ponieważ on nieustannie «z siebie wyra- sta»” [1, s. 14].

Kategorie, funkcje i gatunki literatury dziecięcej

Zazwyczaj wyróżnia się następujące kategorie literatury dziecięcej:

1. Dydaktyzm, który realizował się w utworach dla dzieci od początku ich rozwoju. Aż do końca wieku XIX był kategorią nadrzędną, ponieważ najważniejszym celem literatury dziecięcej było wychowanie dziecka.
2. Fantastyka, która związana jest z rozwojem inteligencji, a nade wszystko wyobraźni, np. *Gucio zaczarowany* Zofii Urbanowskiej, a potem *Baśń o krasnoludkach i sierotce Marysi* Marii Konopnickiej.
3. Przygoda, np. *W pustyni i w puszczy* Henryka Sienkiewicza.
4. Komizm, buduje funkcję ludyczną i zaznacza się niemalże w każdym gatunku literatury dziecięcej, jednak najczęściej w różnego rodzaju wierszach, np. „gdybankach” i wylczankach.
5. Bohater rówieśniczy, z którym dziecko może się utożsamiać [1, s. 23–30].

³ Jako przykład można podać postać Albusa Dumbledora, bohatera serii o *Harrym Potterze* (książki na styku literatury dziecięcej i młodzieżowej), który jest dyrektorem Hogwartu, a w trylogii odnoszącej się do uniwersum czarodziejów okazuje się być osobą homoseksualną, co wzbudziło oburzenie wśród dużej liczby osób oraz akceptację wśród innych.

Potrzebę fantastyki przez dość długi czas zaspokajała u dzieci baśń, w której często łączyły się elementy fantastyczne z przygodowymi. Podać tutaj można utwory przywołane w drugim punkcie, ale bardziej współczesnym przykładem będą stale popularne baśnie Disneya. Ich egzemplifikacją jest chociażby, cały czas uwielbiana przez dzieci, książka – *Piękna i Bestia* – w której pojawiają się elementy fantastyczne, niektóre zresztą dość często powielane (wróżka, która zamienia przystojnego księcia w bestię, motyw pocałunku, prawdziwej miłości i przygoda, gdy Bella jedzie sama przez zaśniewany las i atakują ją wilki). Bardziej aktualnym przykładem będą bajki Disneya (uważane za baśnie dnia dzisiejszego) – np. *To nie wypanda*, gdzie również pojawia się motyw fantastyczny (Mei, która zamienia się w czerwoną pandę), element przygodowy (gdy musi znaleźć sposób, aby powrócić do swojej prawdziwej postaci), a nawet dydaktyczno-moralizatorski (ukazanie okresu dojrzewania dziewczynki, która jest buntowniczą nastolatką, aczkolwiek ostatecznie rozumie swoje nieodpowiednie zachowanie).

Według Zofii Adamczykowej różnorakie typy wyobraźni dziecięcej najpełniej są kształtowane za pomocą poezji, która w oparciu o dziecięcy sposób myślenia buduje świat poetycki, stwarzając wspólną płaszczyznę porozumienia między „dorosłym nadawcą” a „niedorosłym odbiorcą” [1, s. 25]. Trudno się z tym zdaniem nie zgodzić, ponieważ liryka nadal pozostaje ważnym elementem dzieciństwa, przejawiając się m.in. w kołysankach czy wylicznankach, a więc towarzyszy dziecku od samego początku. W późniejszym wieku popularne są m.in. rymowanki matematyczne oraz inne wierszyki edukacyjne.

Ważnymi kategoriami literatury dziecięcej są także wspomniane wcześniej: bohater rówieśniczy i komizm. Dzięki nim autor może zbudować więź pomiędzy młodym czytelnikiem a postacią z książki, ponieważ dziecko pragnie naśladować zachowanie swojego rówieśnika i chętnie też przejmuje od niego różne wzorce. W zabawach dziecięcych często można zauważyć, że uczestnicy tej aktywności przybierają maski różnych postaci z bajek i wymyślają swoje własne historie. Jednak według Zofii Adamczykowej najważniejszy składnik literatury dziecięcej stanowi komizm, który „w dużej mierze buduje [...] funkcję ludyczną literatury «czwartej», decydując zarazem o jej atrakcyjności dla młodego czytelnika, który pragnie istnieć w świecie w sposób optymistyczny i radosny, a więc oczekuje literatury pogodnej, wesołej, przesyconej humorem i respektującej reguły hapy [sic!] end’u” [1, s. 71].

Komizm długo pełnił funkcję dydaktyczną, gdzie np. przez wyśmiewanie niektórych przywar pokazywano dziecku, w jaki sposób nie należy się zachowywać (np. *Stefek Burczy-mucha* Marii Konopnickiej, gdzie w negatywnym świetle przedstawiono przechwalanie się). Komizm szybko jednak przestał pełnić rolę dydaktyczną, a zaczął służyć zabawie i kształtowaniu poczucia humoru dziecka. Miał również istotny wpływ na rozwój jego intelektu i wyobraźni [1, s. 74]. Współcześnie komizm pełni kilka innych funkcji, między innymi psychoterapeutyczną, socjalizacyjną i wychowawczą. Uczy on dziecko optymizmu, wzbogaca o różne emocje i rozwija wyobraźnię. Oprócz tego jest także czynnikiem zachęcającym do dalszych kontaktów z książką [1, s. 75]. Także wiele reklam książek (opracowywanych przez wydawnictwa) oraz zajęć przygotowywanych przez biblioteki, aby zwrócić uwagę młodego czytelnika, bazuje na humorze i zaskoczeniu, chętnie też używane są przyciągające wzrok motywy wizualne [szerz. zob. 16; 17; 20].

Wspomniano już o wybranych gatunkach z zakresu literatury dziecięcej, jak baśń (w ramach której można wyróżnić baśń magiczną czy literacką), powieść (np. przygodowa) czy wiersz liryczny. Istotnym jednak gatunkiem, o którym należy napisać, jest kołysanka, towarzysząca dziecku od narodzin i stanowiąca element jednego z najwcześniejszych procesów inicjacji literackiej. Według Jerzego Cieślakowskiego kołysanka to „najstarszy utwór dla dzieci, a jednocześnie pierwsza poezja, z którą spotyka się człowiek. Ma ona rytm i melodię służącą zasypianiu” [4, s. 105]. Buduje pewną intymną więź między usypiającym i usypianym, a dodatkowo od najmłodszych lat oswaja dziecko z poezją. Kołysanka należy do sztuki oralnej, ponieważ bliskie osoby cicho wyśpiewują ją swoim pociechom, stąd też można domyślić się, że wywodzi się z pieśni ludowej. Jej częstym motywem jest kot kojarzony właśnie ze snem i ciepłem (np. kołysanka o dwóch kotkach). I mimo że ta forma powiązana jest na ogół z samymi przyjemnymi i lekkimi treściami (służy w końcu zasypianiu), to niekiedy może być także zaangażowana w „proces ideowego wychowania dziecka, który jest zgodny z obowiązującym w danym czasie modelem wychowawczym (np. *Kołysanka* rosyjskiego poety S. Marszaka, która wpisuje się w nurt literatury propagandowej) [1, s. 116].

Powszechnie dominuje opinia, że literatura dziecięca pozbawiona jest przykrych treści. Nic dziwnego, skoro tradycyjnie przyjęło się sądzić, że literatura dziecięca przez liczne uproszczenia i „przemilczenia”, na przykład w konstrukcji świata przedstawionego czy w dość ogólnej kreacji bohaterów, buduje radosną wizję świata, omijając przykre elementy, przez co prowadzi do zakorzenionego w tradycji przekonania o zwycięstwie dobra nad złem, a zatem nie pełni dla młodego człowieka roli przygotowawczej do życia, w którym niejednokrotnie przyjdzie mu się spotkać z przeciwnościami losu czy nieprzyjemnymi sytuacjami [1, s. 32].

Dobrym przykładem utworów, w których życie nie jest przedstawiane jedynie w kolorowych barwach, są nadal obecne w kanonie lektur książki: Francesa Hodgsona pt. *Tajemniczy ogród*, gdzie autor pokazuje takie problemy, jak osieroczone dziecko czy choroba, a także *Chłopcy z placu broni* Ferenc Molnara, w której dziecko spotyka się ze śmiercią.

Oprócz trudnych tematów, niewygodnych niekiedy dla rodziców, trzeba wspomnieć również o pewnym „tabu”, które przez długi czas istniało w polskiej literaturze dziecięcej i które aktualnie jest przełamywane. Na rynku pojawia się coraz więcej książek poruszających problem transseksualności, homoseksualności czy ciałopozytywności. Można tu wspomnieć np. o pozycji *Mój cień jest różowy* Scotta Stuarta, gdzie chłopiec zauważa, że wszystkie osoby płci męskiej mają cień koloru niebieskiego, a jego jest właśnie różowy (co naprowadza na problem transseksualności). Dużym zainteresowaniem cieszą się również książki Wydawnictwa Moonka, np. *Twoje ciałopozytywne dojrzewanie* dla dziewczynek w wieku 8–12 lat czy wersja dla chłopców – *Twoje ciałopozytywne dojrzewanie*. Dla chłopców w wieku 8–12 lat. Pomagają one dzieciom oswoić się z trudem dojrzewania i pokazać, jak działa ich organizm. Książki zawierają liczne ilustracje, często ukazujące części ciała. Jeszcze kilkanaście lat temu nikt nie pomyślałby, że taka tematyka znajdzie się w literaturze dziecięcej, a jednak ten odłam piśmiennictwa cały czas się rozwija.

Po przywołaniu tych licznych kategorii, gatunków i tematów literatury dziecięcej należałoby wspomnieć o jednej z najistotniejszych kwestii – dwuwymiarowości tekstów, która

jest ważnym elementem zapewniającym literaturze „czwartej” status literatury wysokoartystycznej. Warto przytoczyć słowa Jana Brzechwy, który wyznał, że kiedy pisze dla dzieci, to troszczy się jednocześnie o to, aby czytające swoim pociechom matki się nie nudziły. Literaturę dziecięcą charakteryzuje zatem osobliwe wydłużenie osi komunikacyjnej o tzw. pośrednika, który pojawia się między komunikatem literackim a dziecięcym odbiorcą. Wskazuje to więc na fakt, że nawet jeżeli utwory z zakresu literatury dziecięcej zaistnieją w materialny sposób (książka jako przedmiot), to nadal zachowują one charakter oralny, ponieważ są przedstawiane dziecku przez owego pośrednika, którym mogą być: osoby z kręgu rodziny i najbliższego otoczenia dziecka, nauczyciel przedszkolny, nauczyciel szkolny lub bibliotekarz [1, s. 27–34].

Istnienie roli pośrednika nasuwa kolejny problem: wstępnej interpretacji. Opiekun (rodzic, bibliotekarz, nauczyciel), czytając dziecku, moduluje głos, wykonuje różne gesty, poddaje pewnego rodzaju teatralizacji tekst pisany, a więc sugeruje młodemu czytelnikowi odbiór lektury, który ten z chęcią przyjmuje, ponieważ dopiero poznaje świat. Jednocześnie dla odbiorcy 2–3 letniego każdy tekst odczytywany przez osobę bliską, z którą jest związany w pozytywny sposób (mama, babcia, tata, wujek), będzie z jednej strony przeżyciem o charakterze zabawowym, z drugiej zaś zostanie odebrany jako silne doznanie emocjonalne [21, s. 31].

Przy tym całym wzniosłym akcie lektury nie można zapomnieć, że książka często jest dla dziecka po prostu zabawką. Młody jeszcze nie-czytelnik gniece strony, bada strukturę okładki, ogląda ilustracje. Dlatego też książki dla najmłodszych stają się coraz bardziej wymyślne, gdyż producentom zależy na tym, aby pobudzać zmysły dziecka. Z tego też powodu książeczki te często wydają dźwięki, zawierają różnego rodzaju przyjemne w dotyku materiały czy są wodoodporne, dzięki czemu można się z nimi kąpać. Są nawet takie, które za dotknięciem magicznego ołówka „czytają się same”.

Zauważalne jest więc, że na przestrzeni wieków literatura dziecięca uległa ogromnemu rozwojowi. Od utworów czysto dydaktycznych wspięła się na wyżyny sztuki, niekiedy dościgając książki dla dorosłych. Ten odłam literatury cały czas się rozwija, zarówno jeśli chodzi o tematykę, jak i projekty typograficzne. Różnorodność tematyki i formy książek dziecięcych sprawia, że również biblioteki mogą w najrozmaitszy sposób włączać je do oferty, proponując tradycyjne czytanie bajek, ale również biblioterapię, kółka tematyczne bazujące na książeczkach dziecięcych (np. kółka teatralne, kółka kulinarne itp., gdzie wykorzystywane są odpowiednie pozycje, jak np. książki kucharskie przygotowane specjalnie dla dzieci) czy inne zajęcia kreatywne z książką. Ważne jest także, aby zajęcia te odbywały się w odpowiednio przygotowanej przestrzeni – bezpiecznej oraz przyjaznej, a także kolorowej i inspirującej. „Zmiana postrzegania roli dziecka w dzisiejszym społeczeństwie spowodowała [bowiem] konsekwencje w postaci rozwinięcia infrastruktury, również tej bibliotecznej, przeznaczonej dla małego człowieka” [19, s. 75].

Inicjacja czytelnicza/literacka

Cytując za Joanną Papuzińską, procesy inicjacji literackiej polegają na „przyswajaniu sobie umiejętności zaspokajania swych potrzeb za pomocą książki. Wynikają one z gromadzenia przez dziecko różnych doświadczeń literackich, porządkowania ich i wyciągania z nich wniosków” [12, s. 15]. Człowiek nie przychodzi na świat z zapleczem czytelniczym, a zdobywa je w wyniku funkcjonowania w jakiejś kulturze czy instytucji. Dlatego też pierwsze spotkanie z książką zależne jest od tego, w jakich warunkach dziecko się wychowuje – „potrzeba kontaktów z książką nie powstaje u dziecka samorzutnie, lecz pod wpływem tego, co w języku handlowców nazywa się *demonstration effect*, czyli dopiero wówczas, gdy dziecko z książką się zetknie” [11, s. 33]. Podobny mechanizm możemy zaobserwować jeśli chodzi o bibliotekę – konieczna jest chociaż pierwsza wizyta z opiekunem (rodzicem, nauczycielem etc.), aby dziecko zdało sobie sprawę, że jest to miejsce, które chciałoby odwiedzać.

Małe dziecko nie odbiera książki jako przedmiotu, do którego powinno podchodzić z szacunkiem i ostrożnością. Traktuje ją jako kolejną zabawkę, którą może z łatwością manipulować – z chęcią gniecie kartki, drze je, bierze książeczkę do ust czy stuka o inne przedmioty. Takie zachowanie dziecka doprowadziło do pojawienia się na rynku wydawniczym licznych książek przystosowanych do zabawy. W świetle oferty dzisiejszego rynku wydawniczego ciekawie brzmią słowa Joanny Papuzińskiej, która w 1975 r. za najlepszą serię książeczek dla dzieci uznała serię „lakierowaną” Naszej Księgarni, opisując ją w następujący sposób: „Jest ona drukowana na grubym, sprężystym kartonie powleczonym lakierem [...]. Zawiera dużą ilość ilustracji tworzonych zgodnie z potrzebami wizualnymi maluchów [...]. Są w niej króciutkie teksty o najbliższym otoczeniu dziecka, o najprostszych życiowych czynnościach i sytuacjach, o przedmiotach, z którymi spotyka się na co dzień”. Serię tę scharakteryzowała tak dokładnie, ponieważ uważała ją za wzór książek dla dzieci „przynajmniej do czasu, gdy na rynek nasz wkroczą nowe pomysły edytorskie – książki plastikowe, nadające się do mycia, zawierające ruchome elementy” [11, s. 40–41]. Takie książeczki pojawiły się na naszym rynku wydawniczym już jakiś czas temu, oprócz tego mamy wiele innych nowości: książeczki z elementami na rzepy, wykonane z różnych materiałów czy wydające dźwięki, nie mówiąc już o przewidzianych przez Papuzińską książkach do kąpieli.

Powracając do tematu kontaktu dziecka z książką, warto wspomnieć, że to właśnie pośrednik zazwyczaj decyduje o wyborze utworu, narzuca czas, dynamikę i tempo czytania, a dodatkowo przekazuje dziecku treść utworu nie tylko za pomocą głosu, ale także mimiki i gestykulacji – niczym w jednoosobowym teatrze [12, s. 18].

Czym więc są inicjacje czytelnicze? Przez to pojęcie należy rozumieć „zespół działań wychowawczych świadomych i spontanicznych, prowadzących do wykształcenia u wychowanka potrzeby obcowania z książkami. Celem inicjacji jest zatem kształtowanie motywacji czytelniczych, czyli względnie trwałych pozytywnych nastawień do książki i literatury, połączone z pewnym zasobem umiejętności, pozwalających te potrzeby zaspokajać” [9]. Zatem inicjacje czytelnicze skupiają się na szeregu działań zachęcających dziecko do rozpoczęcia przygody z czytelnictwem.

W związku z tym występuje również pojęcie „dróg inicjacji”. Przyjmując za Joanną Papuzińską – drogi lub strefy inicjacji literackiej stanowią „poszczególne układy kultury, za pośrednictwem których dziecko wchodzi w kontakt z literaturą” [12, s. 26]. W przypadku inicjacji czytelniczych uwagę skupia się na tym, jak poszczególne układy kultury zachęcają dzieci do rozpoczęcia czytania.

Istnieją cztery sfery inicjacji literackiej, a są to: rodzina, instytucja wychowawcza, społeczność rówieśnicza oraz instytucje kultury. Każda z tych dróg zostanie opisana w dalszej części artykułu. Warto nadmienić, że biblioteki stanowią przykład instytucji kultury, które mogą zarówno inicjować czytanie, jak i utrwalac ten nawyk u dzieci i młodzieży. „Powiązanie czytelnictwa z obszarem kultury wydaje się oczywiste. Czytelnictwo jako zjawisko społeczne jest poniekąd częścią kultury, a zarazem tworzy ją i rozwija. Z kolei rozwój kultury zależny jest w dużym stopniu od działalności instytucji z nią związanych, propagujących animację kulturalną, artystyczną, aktywizację czytelniczą oraz integrację społeczną” [10, s. 149].

Rodzina jako źródło inicjacji czytelniczej

Powszechnie uważa się, że najważniejszy etap inicjacji czytelniczej występuje w środowisku rodzinnym. Jeżeli dziecko nie zazna kontaktu z książką i literaturą w domu, to potem będzie napotykało problemy, począwszy od wczesnych etapów edukacji. Według Joanny Papuzińskiej: „niedobór kontaktów słownych powoduje u małego dziecka opóźnienie w rozwoju umysłowym, a także emocjonalnym. Każdy, kto zetknął się z problemem tak zwanej choroby sieroczej, wie, że dzieci wychowywane od niemowlęctwa w sierocińcach, szpitalach, domach małego dziecka rozwijają się wolniej, zaczynają mówić później, nie umieją gaworzyć i uśmiechać się, jeśli nie zapewni im się tego, co bezwiednie daje niemowlęciu każda matka: czułych pogaduszek, uśmiechów, śpiewów, kołysanek, zabawy” [11, s. 34]. Bardzo trudno jest potem pomóc dziecku, natomiast w łatwy sposób można do tego nie dopuścić. Wystarczy, aby rodzice dużo z dziećmi rozmawiali i czytali im książeczki. Badacze literatury dziecięcej uważają, że: „powinnością wszystkich, którym leży na sercu rozwój dzieci, od lekarzy do polityków, powinno być uświadamianie rodzicom tej potrzeby” [8, s. 57]. Aktualnie często można spotkać w poczekalniach lekarskich kącik z zabawkami dla dzieci, wśród których znajdują się książeczki, a dodatkowo lekarze pediatrzy zachęcają rodziców małych dzieci do tego, aby chociaż przez 20 minut dziennie czytali na głos swoim pociechom. Podobne kampanie informacyjne prowadzą również bibliotekarze oraz wielu wydawców literatury dziecięcej.

W okresie niemowlęcym dziecko poznaje świat za pomocą zmysłu dotyku i smaku. Lubi brać przedmioty do rąk i do buzi. Jest to dobry moment, aby wśród wielu różnych zabawek dostarczyć mu pierwsze książeczki, odpowiednie dla jego wieku – są one miękkie, często wykonane z przyjemnego materiału, czasami z plastiku lub gumy (takie tworzywo umożliwi zabranie książeczki do kąpielii) czy materiału odpornego na działanie dziecka. Oprócz tego są kolorowe i obfite w ilustracje. Zwykle charakteryzują się niewielką ilością tekstu, ale to dobrze, ponieważ nie o tekst głównie chodzi w książeczkach dla niemowlęcia.

Najlepszym sposobem jest pokazywanie dziecku ilustracji, a następnie odnajdywanie w najbliższym otoczeniu podobnych przedmiotów i wskazywanie na nie.

Należałoby wspomnieć, że inicjacje czytelnicze na tym etapie nie muszą być związane ze słowem drukowanym, ale raczej mówionym oraz z ilustracją [14, s. 125]. Dlatego też istotne jest zaznajamianie dziecka z kołysankami i piosenkami, w których łączy się melodię, słowo oraz gest, czy z baśniami i wymyślonymi historyjkami. Według badaczy literatury dziecięcej w najwcześniejszych zabawach słownych, połączonych z ruchem, odnajdujemy zarys późniejszych zainteresowań czytelniczych dziecka. W trakcie wspólnej lektury młody człowiek ma do czynienia z różnymi motywami – podróży, przygód, a nawet z opisem niebezpiecznych sytuacji, po których jednak znajduje ukojenie w ramionach mamy, czyli wszystko kończy się wyczekiwaniem happy endem [11, s. 35].

Joanna Papuzińska wymienia trzy nurty rodzicielskiego działania, które pomagają dziecku poznać funkcje książki. Są to:

1. Zapoznanie dziecka z umiejętnością odczytywania znaczeń ilustracji książkowych lub innych. „Czytając” dzieciom pierwsze książki, rodzice raczej nie trzymają się tekstu, a snują opowieści o obrazkach, często wtrącając do opowiadań zdarzenia z życia dziecka czy wspominając o przedmiotach, które je otaczają.
2. Wytwarzanie zażyłości dziecka z tekstem literackim, budzenie wrażliwości na piękno języka i nastrój utworu.
3. Rozumienie układów fabularnych, które odznaczają się zmiennością sytuacji, następstwem zróżnicowanych wydarzeń. Wymaga to od dziecka rozumienia najprostszymi mechanizmami przyczynowo-skutkowymi i czasowymi. Umiejętność ta pojawia się zazwyczaj na przełomie drugiego i trzeciego roku życia [11, s. 37–38].

Gdy dziecko osiąga trzeci rok życia, akt lektury zostaje włączony w porządek dnia, często zyskując przy tym stałe pory (czytanie książki przed snem czy po obiedzie, gdy rodzic wróci z pracy). Czytanie na głos stanowi dla dzieci w tym wieku pewnego rodzaju rytuał, a dodatkowo jest ważnym elementem rozwoju emocjonalnego. Według Michała Zająca dla odbiorcy 2–3-letniego każdy tekst prezentowany przez osobę bliską, z którą kontakt cechuje się pozytywnymi wrażeniami, będzie z jednej strony ważnym przeżyciem o charakterze zabawowym, z drugiej silnym doznaniem uczuciowym [21, s. 31]. Czynność ta stanowi intymny kontakt między dzieckiem a członkiem rodziny, chociaż często ze strony dorosłych jest ona traktowana jako obowiązek, a nie przyjemność, co jest przykrym zjawiskiem. Ponadto czasami czytanie książki traktuje się jako karę, np. sposób na ograniczenie spotkań rówieśniczych, co jest błędem, ponieważ w taki sposób buduje się negatywny stosunek młodego czytelnika do literatury. Oznacza to również, że inicjacja czytelnicza na najwcześniejszych etapach życia nie została przeprowadzona prawidłowo, ponieważ czytanie książek powinno się kojarzyć z przyjemnością.

W tym też wieku (czasami nawet wcześniej) zaczyna się tworzyć własną „biblioteczkę” dziecka. Wielu badaczy sądzi, że nie powinno znajdować się w niej zbyt wiele książeczek, ponieważ dziecko i tak ma swoje dwie/trzy ulubione pozycje albo dzieli książki w zależności od tego, kto ma je czytać lub kiedy. W praktyce jednak wygląda to inaczej – dzieci dostają

książki w prezencie, po rodzeństwie, po dziadkach, więc biblioteczka dziecka cały czas rośnie. W tym kontekście wyróżnia się dwie funkcje książki – „książka jako produkt jednorazowego użytku” oraz „książka jako dobro trwałe” [12, s. 48]. O książce, jako produkcie jednorazowego użytku, mówi się wówczas, gdy mamy do czynienia ze słabo edytorsko opracowaną publikacją bądź po prostu źle wydaną. Swego czasu książki nie były takie drogie, a dodatkowo często pojawiały się serie, których następne tomy można było kupić za nieduże pieniądze w kioskach. Rodzice wówczas nie przywiązywali wagi do tego, czy dziecko po książce rysuje, drze kartki czy też nakleja naklejki w przypadkowe miejsca. Taka publikacja była po prostu po jakimś czasie wyrzucana. Natomiast książka traktowana jako dobro trwałe to swego rodzaju dobro luksusowe, które często albo jest w rodzinie przekazywane z pokolenia na pokolenie, albo zostało kupione za dużą kwotę ze względu na wspaniałe wydanie czy inne walory. Wówczas taka książka jest chowana przez kogoś rodzica i wyciągana tylko w wyjątkowych sytuacjach. Dziecko nie może jej używać samodzielnie, jedynie ogląda ją, gdy np. mama przewraca strony czy czyta na głos, a po tym akcie książka jest z powrotem chowana.

Podsumowując, inicjacja czytelnicza w kręgu rodzinnym stanowi najważniejszy element budowania pozytywnych kontaktów z książką i z literaturą. Jeżeli potrzeba obcowania z książką nie zostanie zaspokojona na tym etapie, bardzo prawdopodobne jest, że dziecko napotka trudności w funkcjonowaniu w przestrzeni szkolnej. Dodatkowo codzienne czytanie dziecku na głos przynosi wiele pozytywnych rezultatów, m.in. zaspokajają potrzeby emocjonalne, ćwiczy pamięć, uczy wrażliwości na słowo pisane i otaczający świat, rozwija wyobraźnię oraz poprawia koncentrację, a to tylko niewielka egemplifikacja zalet płynących z obcowania dziecka z literaturą. Wniosek jest więc prosty: powinniśmy czytać dzieciom na głos chociaż 20 minut dziennie.

Instytucja wychowawcza jako źródło inicjacji czytelniczej

Pozycję dziecka w rodzinie charakteryzuje jednostkowość, a co za tym idzie – kontakt literacki nastawiony jest na dwie osoby: rodzica czytającego książkę i małego słuchacza – początkującego czytelnika. Nawet jeżeli jest to rodzina wielodzietna, każde dziecko posiada inne obowiązki i przywileje. Natomiast przychodząc do przedszkola, dziecko spotyka się z sytuacją, gdy nie jest już jedynym maluchem, ponieważ otacza go spora grupa rówieśników, a w centrum znajduje się jedna osoba dorosła, początkowo obca dla przedszkolaka. Jest nią oczywiście wychowawca, który w okresie edukacji przejmuje rolę pośrednika między literaturą i książką a dzieckiem. Jego zadaniem jest taka interpretacja tekstu, która „ma przerzucić pomost między sytuacją literacką (rzeczywistością kreowaną) a sytuacją życiową, w której znajdują się dzieci, tak aby ta pierwsza nabrała charakteru wzorcowego w stosunku do drugiej [12, s. 66].

Zmianie ulega nie tylko sytuacja społeczna, ale także sposób obcowania dziecka z książką. Przebywając w przedszkolu, młody czytelnik nie może dowolnie manipulować książeczką, ponieważ jest to własność placówki wychowawczej. Nie może więc rysować po kartkach, gnieść ich czy rwać. Sytuacja czytelnicza zarysowuje się w następujący sposób:

przed grupą dzieci siedzi wychowawczyni, która trzyma książkę i czyta ją na głos, kierując swoje słowa nie do pojedynczego odbiorcy, jak to bywało w rodzinnym kręgu czytelniczym, a do większej liczby dzieci, które nie zawsze są zainteresowane tą czynnością – stąd też w grupie przedszkolnej często dochodzi do masowego rozproszenia, utrudniającego skupienie się dzieciom chcącym słuchać. Dodatkowo kontakt ten jest pozbawiony intymności, która dotychczas była obecna w sytuacji rodzinnej. Akt czytania nie stanowi już swobodnego rytuału. Oprócz tego sama książka zmienia swoją funkcję z zabawki na przedmiot nauki. Dziecko, poza spontanicznym przeżywaniem jej treści, musi oswoić się z faktem, że program edukacyjny obejmuje świadomą i intelektualną refleksję nad wybranymi utworami literackimi, które zaliczają się do kanonu lektur [12, s. 77].

Niestety ogromna większość dzieci, nawet tych lubiących czytać, ma do lektur stosunek negatywny. Irena Koźmińska i Elżbieta Olszewska przytaczają w swojej książce komentarz jednego z uczniów: „Dlaczego lektury szkolne muszą być takie nudne? Dobrze, rozumiem, że jest parę arcydzieł i cudów literatury światowej, które po prostu wypada przeczytać, takie jak np. Pan Tadeusz czy Romeo i Julia, ale czy nie lepiej byłoby wyrzucić kilka zbędnych lektur i na ich miejsce wprowadzić ciekawsze książki, np. przygodowe, które młodzież (i ja) chętnie by czytała? Myślę, że wyszłoby to na dobre wszystkim: nauczyciele mieliby satysfakcję, że zaciągnęli młodych do książek, a my byśmy je chętnie czytali... Przecież to i tak chodzi o naukę lepszego czytania i rozszerzenie zasobu słownictwa. Więc czy nie można tego robić w ciekawszy sposób?” [8, s. 113–114]. I nawet jeżeli nie można zgodzić się do końca z cytowaną wypowiedzią (ponieważ lektury mają przede wszystkim pokazywać uczniom realia epok literackich), to w wielu miejscach trzeba uczniowi przyznać rację. Spis lektur szkolnych wymaga modernizacji i dopasowania do możliwości uczniów, co zresztą dostrzegają bibliotekarze, którzy proponują alternatywną listę lektur w ramach różnych konkursów czytelniczych. Z ciekawszych, warto wspomnieć Wielki Maraton Czytelniczy, uwielbiany przez dzieci właśnie za ciekawy dobór lektur.

Czasami niechęć do czytania wynika z faktu, że dziecko nigdy wcześniej nie spotkało się z utworem literackim w formie zabawy i gdy ma go przeczytać w ramach edukacji szkolnej, kontakt ten zostaje naznaczony poczuciem obowiązku i przymusu. Wracając jednak do przedszkolnej inicjacji czytelniczej, należałoby podkreślić, że lektura nigdy nie jest celem samym w sobie, a wręcz często stanowi punkt wyjścia dla jakiegoś przedsięwzięcia wychowawczego. Najpopularniejsze formy wykorzystywania literatury w przedszkolu to:

- nauka wierszy i piosenek na pamięć;
- zabawy inscenizacyjne oparte o tekst literacki;
- teatryki animacyjne;
- zapoznanie dzieci ze zjawiskami przyrody i społecznymi poprzez literaturę, połączone z następczą zabawą;
- wdrażanie poprzez literaturę nawyków higienicznych i form grzecznościowych [12, s. 63].

W związku z takim użyciem tekstu literackiego w przedszkolu, jest on często przeobrażany, adaptowany stosownie do sytuacji. Niekiedy opiekunki same wymyślają wierszyki,

jeżeli nie znają żadnego utworu wymaganego w danej sytuacji (np. na potrzeby przedstawienia, powitania, podziękowania przed posiłkiem itp.). Zdaniem niektórych badaczy takie „amatorskie” działanie oddala dzieci od prawdziwej literatury, natomiast według innych uczy przedszkolaków kreatywnego myślenia i bawienia się językiem.

Cenne jest to, że w dzisiejszych czasach wiele placówek wychowawczych organizuje różne akcje, których celem jest popularyzacja czytelnictwa wśród dzieci i ich rodziców. Takim projektem jest np. „Mały Miś w świecie wielkiej literatury” zrealizowany w roku szkolnym 2016/2017 przez Miejskie Przedszkole nr 1 im. Misia Uszatka w Częstochowie. Głównym celem projektu było upowszechnianie czytelnictwa wśród dzieci. W związku z tym opiekunowie grup przygotowali misie, które wędrowały po domach przedszkolaków wraz z Dzienniczkiem Podróży, w którym znajdowało się zadanie – dzieci musiały opiekować się pluszakiem, a rodzice mieli obowiązek czytać swoim pociechom na dobranoc. Następnie wpisywano do Dzienniczka imię dziecka, tytuł przeczytanej książki i wykonywano ilustrację, która nawiązywała do przeczytanego utworu. Według źródeł projekt cieszył się ogromnym zainteresowaniem zarówno wśród dzieci, jak i rodziców [7]. Wiele projektów czytelniczych realizowanych w przedszkolach powstaje we współpracy z pobliskimi bibliotekami publicznymi lub szkolnymi. Co ważne, w ramach takiej współpracy dzieci mogą po raz pierwszy odwiedzić bibliotekę i zapoznać się z jej specyfiką, pod opieką znajomych i zaufanych pedagogów.

Czymś nowym i zaskakującym jest z kolei zmiana komunikacji czytelniczej z kręgu rodzinnego na szkolny. Jednak jeśli dziecko było oswajane z książką już od najmłodszych lat, to nie powinno ono mieć trudności z szybkim dostosowaniem się. Kłopoty napotka przedszkolak, który dopiero na tym etapie ma swój kontakt inicjalny z książką. Wówczas będzie on odbierał czytanie jako przymus, co może go zniechęcić do dalszego obcowania z literaturą.

Inicjacja czytelnicza na tym etapie pokazuje dziecku książkę już nie jako zabawkę, a przedmiot pracy. Zadaniem instytucji wychowawczej powinno być, aby kontakt z książką kojarzył się z przyjemnością, a nie przymusem. Różne funkcje książki można pokazać dziecku w zachęcający i przystępny sposób. Również biblioteki, poprzez nieszablonowe i ciekawe zajęcia, mogą na tym etapie zachęcać dzieci do czytania i pokazywać im fascynującą stronę literatury. Nie są one obarczone wymogami edukacyjnymi, tak jak szkoły, i łatwiej jest im się skupić na tych aspektach, które bardziej interesują dzieci oraz są dla najmłodszych źródłem rozrywki i satysfakcji.

Społeczność rówieśnicza jako źródło wzorców i inicjacji czytelniczej

Idąc do przedszkola czy szkoły, dziecko znajduje się w społeczności rówieśniczej, w której nawiązuje nowe znajomości. Grupa rówieśników staje się dla niego podstawowym środowiskiem, w którym spędza większość swojego czasu. Zbiorowości dziecięce tworzą się również poza placówką wychowawczą – na podwórku, obozach czy koloniach letnich. Takim miejscem może być także biblioteka i kluby czytelnicze, które ta organizuje dla dzieci i młodzieży. Niezależnie od tego, czy społeczność rówieśnicza posiada opiekuna, czy organizuje

się swobodnie (np. podczas zabawy na podwórku), z biegiem czasu zaczynają tworzyć się w niej układy wewnętrzne. Przejawem jej autonomicznego działania jest wytworzenie własnego obiegu kultury, zwanego podkulturą dziecięcą. Czerpie ona z otaczających ją układów kultury to, co jest jej potrzebne, modyfikując te treści i uzupełniając o swoją twórczość [12, s. 85].

Wielką rolę w społecznościach rówieśniczych odgrywają układane przez dzieci teksty i gry słowne – „stanowią one nie tylko gotowe liberetta gier i zabaw ruchowych. Są także gotowymi scenariuszami, matrycami interakcji społecznych, jakie przebiegają w grupie rówieśniczej, mają znaczenie ściśle praktyczne, polegające na ułatwieniu i normowaniu stosunków międzyludzkich w gromadzie” [12, s. 85]. Repertuar każdej z grup wiekowych jest odmienny i przekazuje się go młodszym pokoleniom niczym sztafeta. W zabawach słownych dzieci można znaleźć: rymy dla zabawy, parodie, rymy satyryczne, zagadki, przysłowia, wierzenia i przesady [12, s. 88]. Należy wspomnieć również o takich popularnych formach literackich, jak język tajemny czy złote myśli (zeszyt, gdzie na pierwszej stronie umieszczana jest lista pytań, na które odpowiadają w formie pisemnej znajomi i przyjaciele).

Dawniej dziecięcy repertuar literacki funkcjonował najbardziej aktywnie na koloniach. Duża ilość wolnego czasu, spora grupa dzieci skoszarowana w jednym miejscu i ograniczenie dostępu do środków masowego przekazu stwarzały korzystne warunki do inicjacji czytelniczych i literackich. W tym kontekście można wyróżnić trzy zasadnicze typy komunikacji literackiej:

1. Sytuacja literacka związana z wychowaniem programowym, czyli to, co wynika z oficjalnej pracy wychowawcy z dzieckiem. Do tego zalicza się głośne czytanie, biblioteczkę kolonijną oraz przygotowywanie programów na imprezy artystyczne.
2. To, co wynika ze swobodnej pracy wychowawczej, często nieobjętej przez plan kolonii, improwizowany dla zabicia czasu. Ten typ sytuacji literackiej jest naddany przez opiekunów, którzy posługują się własnym zapleczem czytelniczym.
3. Ostatni typ sytuacji literackiej to dzieci–dzieciom. Obejmuje ona to, co dzieci same przywożą na kolonie, czego uczą się nawzajem od siebie. Mogą być to książki w postaci fizycznej, e-booki i audiobooki, a nawet gry słowne podsłuchane u starszych osób [12, s. 100–101].

Właśnie ten trzeci typ sytuacji literackiej jest najistotniejszy w świetle kontaktów dziecka z książką. Coraz częściej można spotkać się z sytuacją, że to w grupie znajomych dziecko przeżywa swoją inicjację czytelniczą. Gdy na tym polu zawodzą rodzice, którzy nie mają czasu, czy szkoła, która swoim przymusem zniechęca dziecko do czytania, nadzieja pozostaje w rówieśnikach, w których nawyk obcowania z literaturą udało się wyrobić. Niezaprzeczalnie podczas dojrzewania grupa znajomych staje się autorytetem, także w obszarze zwyczajów czytelniczych bądź ich braku. Niestety jak pokazują badania, dzieci i młodzież w czasie wolnym coraz rzadziej sięgają po książkę, a bezpośrednie kontakty przyjacielskie zostają zamienione na kontakt elektroniczny [18]. Zdecydowanie utrudnia to inicjację czytelniczą, uwagę młodych przekierowując na rozrywki dostępne w sieci – gry, media społecznościowe *etc.*

Społeczeństwo rówieśnicze ma to do siebie, że nie jest nacechowane uczuciem przymusu czy ograniczenia. Często rodzice zabraniają swoim dzieciom czytać pewną literaturę, a w szkołach mówi się zazwyczaj o lekturach trudnych, które nie są atrakcyjne dla młodzieży. Według Joanny Papuzińskiej do potrzeb czytelniczych dzieci można zaliczyć „zastępcze przeżywanie lęków, potrzebę drastyczności, grozy, tajemniczości, makabry” [12, s. 106]. Badaczka napisała te słowa w 1988 r., a nadal wydają się one aktualne.

W środowisku rówieśniczym dzieci polecają sobie książki, które rzeczywiście mogą zainteresować kolegę/koleżankę. Opowiadają o nich, pokazują, nawet pożyczają swoje egzemplarze. Możliwe, że ważną rolę w inicjacji czytelniczej stanowi tzw. literatura „young adult”, a więc typ literatury młodzieżowej notujący rosnącą popularność. Porusza ona problemy, z którymi dzieci się spotykają, a niekoniecznie chcą o nich rozmawiać z rodzicami czy nauczycielami.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jedno zjawisko, a mianowicie ułatwiony dostęp do różnego rodzaju aplikacji także może mieć pozytywny wpływ na rozwijanie zainteresowań czytelniczych. Dużo mówi się o szkodliwym wpływie Internetu na dzieci, jednak nie można zaprzeczyć, że czasem ma on także pozytywny impakt. Aktualnie na takich portalach, jak Instagram czy TikTok, powstaje coraz więcej kont poświęconych książkom i szeroko rozumianej promocji czytelnictwa. Można powiedzieć, że jest to trend, który od dłuższego czasu można zaobserwować w tego rodzaju aplikacjach. Dzieci oglądają swoich rówieśników, którzy opowiadają w Internecie o książkach i dzięki temu zyskują popularność, dlatego czują się zachęcane do czytania. W końcu na tego typu aplikacjach śledzą treści, które je interesują (nie czytają więc książek z przymusu). Bibliotekarze, widząc ten mechanizm, także zaczynają promować książki oraz całą swoją ofertę w sieci, stosując w tym celu różne media społecznościowe [13].

Podsumowując, można wysunąć wniosek, iż inicjacja czytelnicza możliwa jest w różnych przedziałach wiekowych, jednak im szybciej się ona odbędzie, tym lepiej dla jednostki. Najlepsze warunki dla przyszłego czytelnika tworzy rodzina, która oswaja dziecko już od najmłodszych lat z literaturą i czytelnictwem. Nie jest jednak tak, że jeżeli zabraknie zaangażowania na tym polu, niemożliwym stanie się późniejsze zainteresowanie literaturą. Zadaniu zaszczepienia w dziecku miłości do książek podołać może instytucja wychowawcza, społeczność rówieśnicza, biblioteki oraz działalność zagorzałych czytelników w Internecie. Kiedyś rzeczywiście inicjacja w obrębie kręgu rodzinnego była najistotniejsza, jednak w obliczu dzisiejszego pędu życia nie wydaje się to już takie oczywiste, stąd też istotna rola bibliotek w promowaniu czytelnictwa.

Badania ankietowe dotyczące dróg inicjacji czytelniczej

W okresie od 1 do 27 kwietnia 2023 r. przeprowadzono badanie ankietowe dotyczące dróg inicjacji czytelniczej. W badaniu wzięło udział 56 osób z całej Polski. Głównym kanałem dotarcia do respondentów były media społecznościowe – link do ankiety został

umieszczone na Instagramie i Facebooku. Profil respondenta sporządzono na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące płci i wieku, przy czym w ankiecie wzięło udział znacznie więcej kobiet (82%) niż mężczyzn (18%). Płeć badanych nie miała wpływu na odpowiedzi udzielane w badaniu.

Najliczniejszą grupę stanowiły osoby w przedziale wiekowym 21–25 (44,6%), niewiele mniej ankietowanych zaliczało się do grupy wiekowej w przedziale 13–20 (33,9%), natomiast najmniej liczną zbiorowość stanowili respondenci w wieku ponad 26 lat. Wiek respondentów jest dość istotny, ponieważ uważa się, że dawniej największy wpływ na wyrobienie nawyku czytania u dzieci mieli rodzice, natomiast aktualnie stwierdza się, że drogi inicjacji są różne i wcale rodzice nie muszą być tymi, którzy zaszczepią w dziecku miłość do książek.

Badanie miało na celu odpowiedzenie na pytanie, jaka jest najczęstsza droga inicjacji czytelniczej i czy możliwe jest zaistnienie fascynacji książkami bez udziału kręgu rodzinnego, np. dzięki działaniom szkoły czy biblioteki. Skupiono się również nad problemem dotyczącym nieskutecznej inicjacji, to znaczy, że inicjacja czytelnicza mogła mieć miejsce, aczkolwiek finalnie do niej nie doszło.

Pierwsze i najistotniejsze zarazem pytanie brzmiało: „Czy czytasz książki?” – 82,1% ankietowanych odpowiedziało twierdząco, natomiast 17,9% udzieliło odpowiedzi przeczącej. W dobie nowych technologii, kiedy spada zainteresowanie książką w społeczeństwie, są to niezwykle optymistyczne wyniki [por. 16], choć zapewne część osób nieczytających mogła zrezygnować z udziału w badaniu.

W dalszej części ankiety znalazły się pytania odwołujące się do procesów inicjacji czytelniczej w kręgu rodzinnym. Ważnym było dowiedzenie się, czy osoby ankietowane miały styczność w dzieciństwie z głośnym czytaniem książek przez rodzinę. Aż 76,8% respondentów miało wpisane w harmonogram dnia czas na czytanie z najbliższymi, natomiast u 23,2% rodzice nie przywiązywali wagi do rozwijania zainteresowań czytelniczych.

Uzupełnieniem poprzedniego pytania było badanie stanu czytelnictwa rodziców ankietowanych. Dziecko we wczesnych latach bierze przykład ze swoich rodziców, dlatego często, gdy chce się wyrobić nawyk czytania w swoim potomstwie, opiekunowie pokazują, że sami chętnie obcują z literaturą. Ten rodzaj zachęty wykorzystywało 66,1% rodziców ankietowanych, natomiast 33,9% nie podejmowało takich działań.

Zaskakujące były odpowiedzi na pytanie: „Czy rodzice śpiewali ci kołysanki?” – aż 55,4% respondentów nie miało styczności z matczynym śpiewem w dzieciństwie. Przypomnieć warto, że wielu badaczy potwierdza, iż kołysanki i piosenki dziecięce są uważane za pierwsze – i najważniejsze – spotkanie dziecka z literaturą, które przygotowuje je do późniejszego czytania. Nawet kobietom w ciąży zaleca się śpiewanie swojemu nienarodzonemu dziecku – jest to jeden ze sposobów osvajania potomstwa ze słowem.

Zbadano też stan księgozbioru ankietowanych w dzieciństwie, zadając krótkie pytanie dotyczące tego, czy respondenci posiadali własną półkę z książkami i czy rodzice kupowali im książki. W świetle inicjacji w kręgu rodzinnym jest to niezwykle istotne, ponieważ w ten sposób dziecko oswaja się z książką, a także uczy się szacunku do tego przedmiotu. Wyniki

w tym wypadku okazały się zadowolające – 75% respondentów odpowiedziało twierdząco, natomiast 25% udzieliło odpowiedzi przeczącej.

Kolejna część pytań zawartych w ankiecie dotyczyła wpływu instytucji wychowawczej na inicjacje czytelnicze dzieci. W celu zbadania wpływu szkoły na zafascynowanie dziecka książką zapytano respondentów o to, czy w ich szkołach prowadzono akcje promujące czytelnictwo. 78,6% ankietowanych odpowiedziało, że placówki wychowawcze, do których uczęszczali, organizowały takie wydarzenia, natomiast 21,4% badanych w wieku szkolnym nie miało styczności z tego typu akcjami. Podkreślić należy, że bardzo często takie zajęcia czytelnicze uwzględniają książki, które są aktualnie popularne na rynku literatury dziecięcej i młodzieżowej, co dodatkowo zachęca do czytania. Warto też zwrócić uwagę na możliwości współpracy bibliotek ze szkołami, ponieważ te pierwsze mają większe możliwości organizowania ciekawych zajęć z książką niż nauczyciele szkolni oraz szkolni bibliotekarze, którzy w większym stopniu nastawieni są na realizację podstawy programowej.

Następnie próbowano zbadać, jakie uczucia wzbudzały w ankietowanych lektury szkolne, ponieważ stanowią one ważny etap osvajania dziecka z literaturą. Niestety zdecydowana większość respondentów (aż 79%) miała nieprzyjemne doświadczenia z czytaniem utworów obowiązkowych i zdecydowanie stwierdziła, że zniechęcały one do czytania. Tylko 21% zauważyło pozytywny wpływ lektur obowiązkowych na rozwój ich zainteresowań czytelniczych.

Na pytanie „Czy na etapie przedszkola/zerówki uczyłeś/uczyłaś się wierszy, piosenek oraz brałeś/brałaś udział w zabawach inscenizowanych opartych na tekście literackim?” zdecydowana większość (73,2%) odpowiedziała twierdząco. Jak wynika z prac Joanny Papuzińskiej, jest to istotny proces osvajania dziecka z literaturą, dlatego dobrze, że nadal się go praktykuje. Ponadto zauważyć trzeba, że biblioteki, jako instytucje nieograniczone rygorami szkolnymi, mogą proponować różnego rodzaju zajęcia z książką, obejmujące m.in. inscenizacje na podstawie rozmaitych tekstów literackich, lecz także szeroki zakres innych zabaw, które mogą przybliżyć dzieciom w różnym wieku literaturę, także tę spoza tradycyjnego kanonu lektur.

Ważne w inicjacji czytelniczej dziecka jest również głośne czytanie – nie tylko rodziców, ale także opiekuna w instytucji wychowawczej. Okazuje się, że 69,6% ankietowanych doświadczyło w latach ich nauki szkolnej czytania na głos książek przez nauczyciela, natomiast 30,4% udzieliło odpowiedzi, że w ich szkołach opiekunowie nie organizowali tego typu zajęć. Warto zwrócić uwagę, że głośne czytanie jest także elementem oferty usługowej niektórych bibliotek, które zauważają problem braku czasu rodziców i wychodzą naprzeciw ich oczekiwaniom oraz potrzebom dzieci.

Kolejny zestaw pytań zawartych w ankiecie odnosił się do wpływu społeczności rówieśniczej na inicjacje czytelnicze dzieci. Pierwsze z nich dotyczyły uczestnictwa respondentów w czasach dzieciństwa w zabawach słownych rówieśników oraz wymyślenia razem z nimi różnych historii. Jest to istotne, ponieważ w ten sposób dziecko poszerza swój język oraz zaznajamia się z literaturą „podwórkową”. Wiele rymowanek i zagadek ma swoje korzenie w literaturze dziecięcej, które później są zmieniane i adaptowane przez kulturę dziecięcą. W tym pytaniu aż 75% ankietowanych zaznaczyło, że w dzieciństwie miało do czynienia

z tego rodzaju grami i zabawami. Niestety jak pokazują badania prowadzone wśród współczesnych nastolatków, spędzają oni znacznie mniej czasu razem. Coraz więcej aktywności przenosi się do Internetu, a kontakty sąsiedzkie we wspólnych przestrzeniach (podwórkach, placach zabaw, świetlicach) stają się coraz rzadsze [18].

Następne pytanie skierowano do osób, które brały udział w zimowiskach i/lub koloniach. Jak wspomniano wcześniej, ma to istotny wpływ na funkcjonowanie dziecięcego repertuaru literackiego – kiedyś to właśnie w tym kręgu funkcjonował on najaktywniej. Dlatego też zbadano, czy opiekunowie w wolnych chwilach czytali grupie na głos książki lub uczyli ich nowych piosenek. Odpowiedzi na to pytanie udzieliło 47 ankietowanych, z czego 78,7% zaznaczyło, że nie miało do czynienia z tego rodzaju praktykami na koloniach.

W ostatnich latach skuteczną drogą inicjacji czytelniczej wydaje się polecanie sobie wzajemnie książek w kręgu rówieśniczym – w końcu w wieku dziecięcym i nastoletnim znajomi mają duży wpływ na nasze zainteresowania. Sprawdzone to w przeprowadzonym badaniu. 58,9% ankietowanych potwierdziło, że na etapie szkolnym znajomi zachęcali ich do czytania i polecali im różne książki, ale aż 41,1% nie miało styczności z inicjacją czytelniczą na tej płaszczyźnie.

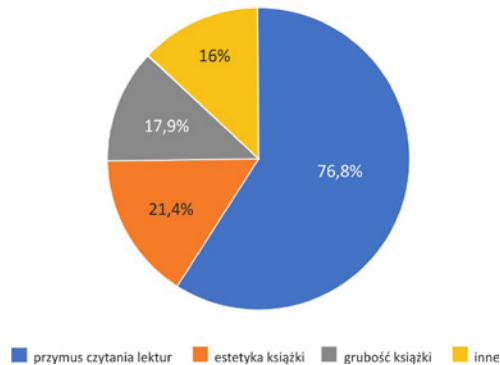
W związku z prężnie rozwijającymi się nowymi technologiami i social mediami zapytano, czy tzw. BookTok i Bookstagram⁴ mogą zainteresować dzieci książką. Mogłoby to stanowić nową formę inicjacji czytelniczej. Aż 82,1% ankietowanych uznało, że jest możliwe, aby publikacje w social mediach zachęcały dzieci do rozpoczęcia swojej przygody z czytaniem.

W celu podsumowania ankiety spytano respondentów, co ich najbardziej zniechęca do czytania (było to pytanie z możliwością odpowiedzi wielokrotnego wyboru). Okazało się, że najbardziej zniechęcający jest przymus czytania lektur – na ten czynnik wskazało aż 76,8% ankietowanych. Na drugim miejscu znalazł się problem estetyki książki (pożółkłe strony, brzydka okładka) – ten fakt zniechęca do czytania 21,4% respondentów, na co powinni zwrócić uwagę bibliotekarze, prowadzący meliorację księgozbioru. 17,9% badanych odpowiedziało, że niechętnie sięga po grube książki. Natomiast 16% ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „inne” z możliwością wpisania własnej odpowiedzi (zob. rys. 1). Wśród tych czynników pojawiło się:

- mało interesujący temat;
- dostępność (łatwiej jest coś przeczytać w Internecie);
- słaba redakcja książki;
- trudny język;
- preferowana inna forma wykorzystywania wolnego czasu niż czytanie;
- opis z tyłu książki;
- brak czasu, którego na akt lektury potrzeba znacznie więcej niż np. na obejrzenie filmu.

⁴ BookTok i Bookstagram to nazwa własna społeczności na TikToku i Instagramie, której członkowie nagrywają krótkie filmiki o książkach lub dodają recenzje, tym samym zachęcając do czytania.

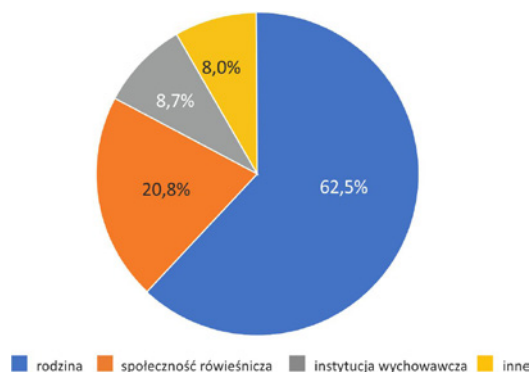
Rysunek 1. Czynniki zniechęcające do czytania



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na koniec ankiety zapytano respondentów, którzy w pytaniu trzecim (Czy czytasz książki?) odpowiedzieli twierdząco, jaka droga inicjacji czytelniczej ich zdaniem miała największy wpływ na wyrobienie w nich nawyku czytania – rodzina, społeczność rówieśnicza, instytucja wychowawcza czy inne. Aż 62,5% ankietowanych odpowiedziało, że najważniejsza okazała się u nich inicjacja czytelnicza w kręgu rodzinnym. Można stwierdzić, że rodzina jest nadal najistotniejszym środowiskiem, jeżeli chodzi o zaszczepienie w dziecku miłości do książek. Przeanalizowanie pojedynczych odpowiedzi pokazało jednak, że nie zawsze ta droga inicjacji jest skuteczna. W „innych” respondenci udzielili takich odpowiedzi, jak: osobista ciekawość, wszystkie trzy sposoby inicjowania, social media oraz trudno określić (zob. rys. 2). Placówek bibliotecznych nie uznano za miejsca inicjacji czytelniczej, co może być spowodowane dwoma przyczynami: (1) instytucje te, z uwagi na ograniczone środki, mogą adresować swoje zajęcia do starszych czytelników niż dzieci dopiero rozpoczynające swoją „przygodę” z książką; (2) dzieci w tak młodym wieku rzadko jeszcze korzystają z instytucji kultury, bazując na opiece i propozycjach rodziców oraz pedagogów.

Rysunek 2. Źródła inicjacji czytelniczej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Podsumowanie i wnioski

Wyniki ankiety potwierdzają tezę, że najczęstszą drogą inicjacji czytelniczej jest krąg rodzinny. Jednak na podstawie jednostkowych odpowiedzi można zanegować fakt, że rodzinna inicjacja czytelnicza jest zawsze skuteczna, co przez długi czas było uważane za pewnik. Sądzone, że jeżeli zainteresowanie czytaniem miało miejsce w domu rodzinnym, to dziecko na pewno będzie czytać w przyszłości. Osoby, które na pytanie „Czy czytasz książki?” odpowiedziały „nie”, często zaznaczały, że ich rodzice włożyli trud w to, aby zaszczyścić w nich miłość do literatury. Zdarza się też odwrotnie, tj. dziecko może nie mieć styczności z literaturą w domu rodzinnym, a w dorosłym życiu jest zapalonym czytelnikiem. Ta druga sytuacja ma jednak miejsce stosunkowo rzadko. Mało tego, często jednostkowe odpowiedzi wskazywały, że wszystkie trzy drogi inicjacji miały miejsce, a mimo to respondent i tak nie poczuł się zachęcony do czytania książek. Najczęstszymi odpowiedziami na pytanie, co najbardziej zniechęca do czytania, było wskazanie, że inne przekazy medialne są łatwiej dostępne (np. te w Internecie) oraz że respondenci preferują inną formę spędzania wolnego czasu. Nieskuteczność inicjacji czytelniczej do pewnego stopnia można więc tłumaczyć rozwojem nowych technologii i łatwym dostępem do Internetu.

Poza ankietą przeprowadzono również rozmowy z wybranymi osobami. Jedna z nich – matka dwóch synów – wyraziła swoje zdziwienie tym, że mimo stosowania narzędzi inicjacji czytelniczej wobec swoich dzieci – śpiewała im kołysanki, czytała na głos, kupowała książki, sama również obcowała z literaturą – nie przyniosły one oczekiwanego rezultatu. Ostatecznie te procesy okazały się skuteczne tylko u starszego syna, który w dorosłym życiu chętnie sięga po książki. Młodszy natomiast chętniej spędza czas przy grach, po książki nie sięgając wcale. Bywało też na odwrót – rodzice nie przykładali wagi do rozwoju zainteresowań czytelniczych u swoich dzieci, a one i tak ostatecznie otaczały się literaturą, zaprzeczając twierdzeniu, że bez inicjacji czytelniczej w kręgu rodzinnym nie wyrobi się odpowiednich postaw czytelniczych dla przyszłego czytelnika.

Badanie potwierdziło więc założoną hipotezę, że nieskuteczność procesów rodzinnej inicjacji czytelniczej nie wyklucza możliwości zainteresowania się książkami w późniejszych latach. Oprócz tego pokazało również, że pojawiła się nowa, istotna droga inicjacji czytelniczej: social media. Co prawda tylko jedna osoba udzieliła odpowiedzi, że Internet miał wpływ na rozwój jej zainteresowań czytelniczych, to aż 82,1% ankietowanych stwierdziło, że kanały o tematyce książkowej na Instagramie, TikToku czy YouTube są w stanie zachęcić dziecko do czytania. W dobie wciąż rozwijających się nowych technologii możliwe jest, że w przyszłości procentowy udział tych portali w procesach inicjacji czytelniczych wzrośnie.

Co ciekawe, wyniki ankiety pokazały także, że w wielu przypadkach nieczytający rodzice stawiają na rozwój swoich dzieci i sami, mimo swej niechęci do książek, próbują zaszczyścić miłość do literatury w swoim potomstwie.

W ankiecie poruszono również problem lektur szkolnych i niestety odpowiedzi potwierdziły, że zniechęciły one większość respondentów do czytania. Od wielu lat toczą się na ten temat dyskusje wśród badaczy i nauczycieli, którzy również potwierdzają, że kanon lektur powinien zostać zmodernizowany. Owszem, na placówce wychowawczej ciąży

obowiązek wykształcenia młodego obywatela – trzeba go więc zaznajomić z najważniejszymi dziełami narodowymi – ale można również pomyśleć o potrzebach ucznia, którego mamy zachęcić do czytania, i wprowadzić do kanonu lektur utwory, które również są wartościowe, a jednocześnie poruszają bardziej współczesne tematy, bliskie młodemu człowiekowi.

Dzięki badaniu udało się uzyskać odpowiedzi na pytania: jaka droga inicjacji czytelniczej jest najczęstsza i czy inicjacja czytelnicza w kręgu rodzinnym jest rzeczywiście najważniejsza i zawsze skuteczna. Okazało się, że nadal największy wkład w wychowanie przyszłego czytelnika mają rodzice, chociaż wyniki ankiety pokazały, że nie zawsze jest on skuteczny i nie zawsze rodzice są w stanie rozbudzić pasję do czytania w swoich dzieciach. Ponadto podkreślenia wymaga fakt, że bez pomocy osoby dorosłej (rodzica, nauczyciela) młody człowiek nie dotrze samodzielnie do biblioteki. Zatem wydaje się, że potrzebne są z jednej strony ciekawe i inspirujące zajęcia promujące czytelnictwo, ale także kampanie informacyjne i reklamowe skierowane do rodziców tłumaczące, jak ważne jest zainicjowanie kontaktu nie tylko z samą książką, ale także z instytucjami z nią związanymi, które w pewnym zakresie mogą odciążać rodziców oraz zaoferować atrakcyjne formy kontaktu z lekturą.

Procesy inicjacji czytelniczej są bardzo istotne, jeżeli chcemy wychować przyszłego czytelnika. Niezaprzeczalnym jest fakt, że środowisko zewnętrzne ma wielki wpływ na rozwijanie w dziecku zainteresowań czytelniczych – dlatego też stworzono termin dróg inicjacji czytelniczej, do których zalicza się rodzina, instytucje wychowawcze i kulturalne oraz społeczność rówieśnicza.

Wydaje się, że istotnym czynnikiem wpływającym na czytelnictwo nie tylko dzieci, ale także dorosłych jest rozwój nowych technologii. W badaniu ankietowym respondenci odpowiadali, że od czytania książki wolą obejrzenie filmu czy przeglądanie portali społecznościowych. Wkład rodziców w wychowanie przyszłego czytelnika może pójść na marne, jeżeli ten zbyt szybko zostanie nauczony korzystania z telefonu czy z laptopa. Obecnie nawet dorośli ludzie mają problem z sięganiem po książkę wobec łatwości korzystania z nowych mediów. Istotny jest również wzorzec rodzica – kiedyś opiekunowie dużo czytali, dzieci widziały więc, jak ich rodzice obcuje z literaturą, natomiast teraz ojciec lub matka coraz częściej siadają do komputera, aby pograć w gry, czego dziecko się od nich uczy.

Z drugiej strony wspomniane nowe technologie czy social media (TikTok, Instagram) mogą obudzić w dziecku/nastolatku chęć do czytania – coraz większą popularność zyskują bowiem profile poświęcone książkom, na których zachęca się do przeczytania jakiejś publikacji. Korzystając z tych portali, dziecko wyrabia w sobie nawyk czytania bez ingerencji rodziców. Można więc mówić o wykształceniu się nowej drogi inicjacji czytelniczej – social mediach.

Podsumowując, wpływ rodziny nadal jest niezwykle ważny, jeżeli chodzi o inicjacje czytelnicze dziecka. W końcu to właśnie w tym środowisku dziecko po raz pierwszy powinno zetknąć się z książką i wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że w większości przypadków rzeczywiście tak jest. Udało się jednak potwierdzić, że inicjacja czytelnicza w kręgu rodzinnym nie zawsze jest skuteczna, a jej nieobecność wcale nie determinuje tego, że dziecko w przyszłości nie zainteresuje się książkami. Biblioteka może stanowić alternatywę dla kontaktów z książką proponowanych przez szkołę i dom rodzinny. Przygotowane

w tego typu instytucjach zajęcia mogą być atrakcyjne i prezentować lektury w sposób niezobowiązujący, w większym stopniu zachęcający do czytania niż ograniczona wieloma regulacjami szkoła czy pozbawieni fachowych kompetencji, często zajęci rodzice.

Bibliografia

1. ADAMCZYKOWA Zofia. *Literatura dziecięca. Funkcje – kategorie – gatunki*. Warszawa: Wydawnictwo WSP TWP, 2004. ISBN 83-88278-54-1.
2. BIEGALSKA Alicja, WOJCIECHOWSKA Maja. Zagadnienia współczesnej komunikacji w kontekście zarządzania instytucją biblioteczną oraz potrzeb i zachowań jej użytkowników. Studium teoretyczne. *Zarządzanie Biblioteką*. 2022, nr 1, s. 53–65. ISSN 2081-1004.
3. BYKOWSKI Igor. *Literatura dziecięca w oczach rodziców. Analizy i refleksje*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”, 2019. ISBN 978-83-66165-43-4.
4. CIEŚLIKOWSKI Jerzy. *Literatura osobna*. Warszawa: Nasza Księgarnia, 1985. ISBN 83-10-08668-7.
5. *Encyklopedia PWN* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://encyklopedia.pwn.pl>. Stan z dnia 06.12.2023.
6. HESKA-KWAŚNIEWICZ Krystyna (red.). *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2008. ISBN 978-83-226-1714-4.
7. KACZMARCZYK Agnieszka, KUPKA-KUCHARSKA Aleksandra, WALCZAK Iwona, WAWRZAK Barbara. *Rola rodziny w kształtowaniu kompetencji czytelniczych dzieci i młodzieży* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://biblioteka.womczest.edu.pl/new/wp-content/uploads/2015/05/rola-rodziny_publicacja.pdf. Stan z dnia 07.03.2023.
8. KOŹMIŃSKA Irena, OLSZEWSKA Elżbieta. *Wychowanie przez czytanie*. Warszawa: Świat Książki, 2010. ISBN 978-83-247-1842-9.
9. NOWACZEK Małgorzata. *Drogi inicjacji czytelniczych dzieci oraz ich wpływ na przebieg nauki szkolnej* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.profesor.pl/publikacja,1905,Artykuly,Drogi-inicjacji-czytelniczych-dzieci-oraz-ich-wplyw-na-przebieg-nauki-szkolnej>. Stan z dnia 22.02.2023.
10. ORZOŁ Monika, WOJCIECHOWSKA Maja. Czytelnictwo w kontekście analiz i dyskusji nad kapitałem kulturowym i społeczną rolą bibliotek. *Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych*. 2021, nr 2, s. 149–175. ISSN 1426-3777.
11. PAPUZIŃSKA Joanna. *Czytania domowe*. Warszawa: Instytut Wydawniczy „Nasza Księgarnia”, 1975.
12. PAPUZIŃSKA Joanna. *Inicjacje literackie: problemy pierwszych kontaktów dziecka z książką*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 1988. ISBN 83-02-00532-0.
13. STĘPIEŃ Justyna. Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki?. *Zarządzanie Biblioteką*. 2021, nr 1, s. 23–35. ISSN 2081-1004.
14. TRUSKOLASKA Justyna. *Wychować miłośnika książki, czyli czytelnictwo i okolice*. Tychy: Maternus Media, 2007. ISBN 978-83-89701-35-0.
15. TYLICKA Barbara, LESZCZYŃSKI Grzegorz (red.). *Słownik literatury dziecięcej i młodzieżowej*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 2003. ISBN 83-04-04606-7.
16. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Promocja jako instrument marketingu wspierający działania bibliotek w obliczu niskiego czytelnictwa Polaków. Przykłady akcji i działań promujących czytelnictwo. *Zarządzanie Biblioteką*. 2021, nr 1, s. 23–36. ISSN 2081-1004.
17. WOJCIECHOWSKA Maja. Merchandising – wizualna promocja biblioteki. Wprowadzenie do problematyki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2011, nr 1, s. 63–85. ISSN 2081-1004.
18. WOJCIECHOWSKA Maja. Organizacja czasu wolnego młodzieży szkolnej w kontekście kompetencji czytelniczych i kontaktu z literaturą. In JASIEWICZ Justyna, ZYBERT Elżbieta Barbara (red.). *Czas przemian – czas wyzwania. Rola biblioteki i ośrodków informacji w procesie kształtowania kompetencji współczesnego człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2014, s. 234–242. ISBN 978-83-64203-23-7.

19. WOJCIECHOWSKA Maja. Strefa dla młodego czytelnika – fizyczna przestrzeń dziecięcych instytucji bibliotecznych. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Fizyczna przestrzeń biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2013, s. 75–93. ISBN 978-83-64335-00-6.
20. WOJCIECHOWSKA Maja. Współczesne formy reklamy książki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2009, nr 1, s. 97–110. ISSN 2081-1004.
21. ZAJĄC Michał. *Promocja książki dziecięcej. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2000. ISBN 83-87629-53-7.

Antonina Seroka

Uniwersytet Gdański
antonina.seroka@op.pl

Wędrowka po świecie wyobraźni – geneza i ewolucja literatury fantastycznej w kontekście projektowania oferty usługowej bibliotek

Słowa kluczowe: literatura fantastyczna, *eventy* biblioteczne, oferta bibliotek

Abstrakt: Tematem artykułu jest szeroko pojęta literatura fantastyczna. W Polsce gatunek ten ukształtował się dopiero w latach sześćdziesiątych XX w., podczas gdy za granicą cieszył się popularnością już od dłuższego czasu. Wybór tematu podyktowany był faktem, że literatura fantastyczna ciągle się rozwija, pojawiają się nowe podgatunki i motywy, coraz więcej autorów podejmuje się pisanie w tym nurcie, zaś biblioteki coraz chętniej wprowadzają ją do swoich księgozbiorów oraz wykorzystują jej motywy w różnego rodzaju imprezach czytelniczych. Celem artykułu jest więc przedstawienie obecnej kondycji literatury fantastycznej oraz przeanalizowanie dawniej występujących motywów i tytułów tego gatunku, a także porównanie ich ze stanem bieżącym. Artykuł ma charakter teoretyczno-analityczny i pokazuje zainteresowanie literaturą fantastyczną w Polsce oraz jej rozumienie w grupie internautów. Przeprowadzona na jego potrzeby analiza aktywności bibliotek pokazała, że placówki te mogą wykorzystywać potencjał literatury fantastycznej podczas projektowania swojej oferty usługowej w celu zwiększenia zainteresowania usługami oraz literaturą w ogóle. Do zrealizowania tematu zastosowano różne metody badawcze. Metodę analizy i krytyki źródeł wykorzystano do opracowania zagadnienia genezy i ewolucji literatury fantastycznej, zaś badanie ankietowe do analizy książkowych social mediów.

Keywords: fantasy literature, library events, library offerings

Abstract: The article addresses the broadly defined genre of fantasy literature. In Poland, this genre only took shape in the 1960s, while it had already enjoyed popularity abroad for some time. The choice of topic is motivated by the ongoing development of fantasy literature, the emergence of new subgenres and themes, and the increasing number of authors contributing to this genre. Additionally, libraries are progressively incorporating fantasy literature into their collections and utilizing its themes in various reading events. The article aims to present the current state of fantasy literature, analyze previously prominent themes and titles within the genre, and compare them with the current state of the field. It is both theoretical and analytical, illustrating the interest in fantasy literature in Poland and its interpretation among internet users. The analysis of library activities conducted for this article reveals that libraries can harness the potential of fantasy literature in designing their service offerings to enhance interest in their services and literature in general. Various research methods were employed in order to explain this topic. Source analysis and critique were used to examine the genesis and evolution of fantasy literature, while a survey method was applied to analyze *social media* related to books.

Definicje literatury fantastycznej

Definicji literatury fantastycznej nie da się zamknąć w jednym, krótkim sformułowaniu. Obejmuje ona szeroki zakres pojęć, które należałoby dokładnie wytłumaczyć. Jednak w niniejszym artykule postanowiono skupić się jedynie na jej ogólnym rysie. Według definicji, która znajduje się w *Słowniku terminów literackich*, fantastyka to „typ twórczości literackiej w swoisty sposób budujący świat przedstawiony: składają się nań elementy, które nie odpowiadają przyjętym w danej kulturze kryteriom rzeczywistości, a więc wątki nadnaturalne i wszelkiego rodzaju cudowności” [18, s. 137]. Ów świat przedstawiony to „jeden ze składników treści dzieła, całość kształt zaprezentowanych w nim zjawisk (stanów rzeczy, procesów, przeżyć, działań ludzkich), będący przedmiotowym korelatem semantycznej warstwy wypowiedzi literackiej: sfera fikcyjnych desygnatów (fikcja literacka) konstytuowana przez znaczenia słów, zdań i większych odcinków tekstu, narastająca wraz z jego rozwojem i organizująca się wedle określonych założeń kompozycyjnych” [18, s. 520]. Podsumowując, świat ten jest częścią dzieła literackiego, a w jego skład wchodzi takie elementy, jak: motywy, bohaterowie, fabuła, czas i przestrzeń. Podkreśla się tu dużą rolę kultur i przyjętych przez nie reguł. Jako składnik tego świata, według definicji słownikowej, należy uznać elementy traktowane w danej kulturze za nadnaturalne i dające odczucie cudowności, czyli takie, które nie należą do danej rzeczywistości. W każdej kulturze rzeczywistość jest postrzegana inaczej i zależy też częściowo od wiary. Można więc przyjąć, opierając się na *Słowniku*, że literatura fantastyczna to wszystko, co odchodzi od normy danej rzeczywistości.

Za to Andrzej Zgorzelski proponuje, by jako wyznacznik fantastyczności uznać nie odstępianie od rzeczywistości, ale złamanie praw samego świata przedstawionego, które zostały ustanowione w utworze. Mamy tu do czynienia z zawężeniem do pewnego typu dzieł, gdzie zdziwienie czytelnika uzyskuje się przez zderzenie dwóch typów narracji: mimetycznej i fantastycznej [16, s. 31]. Tak więc literatura fantastyczna to rodzaj twórczości, w której poznajemy efekt cudowności w trakcie czytania utworu, w momencie, gdy świat rzeczywisty zderza się z niemożliwym.

Natomiast Zbigniew Jakubik ma inne zdanie na temat fantastyki. Według niego fantastyka to „egzotyczne przedmieście wielkiej literatury leżące gdzieś poza granicami dziedzin znanych i uznanych...” [11, s. 16]. Jeszcze inny badacz, Celestyn Skoźba, pisze tak: „Fantastyka na terenie literatury jest to fikcja, przedstawiona w kategoriach emocjonalnych, która dąży do niezwykłości, niecodzienności, dziwności i wybiega poza rzeczywistość empiryczną” [11, s. 16].

W obu tych definicjach literatura fantastyczna jest opisana jako coś niezwykłego, gdzie świat przedstawiony wykracza poza pojmowanie normalnego człowieka. Jest też podkreślona rola emocji, co może wskazywać, że dla każdego co innego będzie należeć do fantastyki, czyli ten typ literatury jest trochę niestabilny i nie ma ściśle określonych granic.

Podsumowując, na potrzeby niniejszych rozważań, w oparciu o przytoczone opisy, można stworzyć nową definicję, mówiącą, że literatura fantastyczna to zbiór utworów, w których w świecie przedstawionym łączą się elementy fantastyczne z realistycznymi, gdzie panuje całkowita swoboda wyobraźni. Postacie fantastyczne mieszają się z postaciami

realnymi, gdyż literatura fantastyczna nie istniałaby bez świata realnego, bo wszystkie elementy niezwykle, cudowne powstały na podstawie przekształceń i modyfikacji tego, co już wiemy i czego doświadczyliśmy w życiu codziennym bądź życiu religijnym czy duchowym (nasza wiara, wyobrażenia).

Geneza powstania literatury fantastycznej

Literatura fantastyczna swój początek bierze z antyku. Mitologia rzymska i grecka do dziś jest bardzo popularnym motywem wykorzystywanym w wielu powieściach fantastycznych. Przykładem takich książek jest powszechnie znana wśród młodzieży i nie tylko seria o Percym Jacksonie autorstwa Ricka Riordana. Książki te opowiadają przygody dwunastoletniego (w pierwszym tomie) półboga, syna Posejdona, który trafia do obozu herosów i musi zmierzyć się z trudnościami życia jako pół-bóg, pół-człowiek. Seria w przystępny sposób uczy mitologii greckiej młode osoby i wprowadza je w kulturę antyczną.

W średniowieczu motywy fantasy pojawiają się w epice hagiograficznej i rycerskiej. W pierwszym typie mamy do czynienia z żywotami świętych, legendami średniowiecznymi oraz exemplami. W żywotach świętych można wyróżnić podstawowe typy cudów, jak: uzdrowienia, wskrzeszenia zmarłych, rozkazywanie przyrodzie, panowanie nad nią (chodzenie po wodzie) itp. Wtedy te elementy fantastyczne miały uzasadnienie w wierze chrześcijańskiej (jak to mówił św. Augustyn: wiara ponad rozum), a teraz mają uzasadnienie w wewnętrznym uporządkowaniu świata przedstawionego w powieści fantasy. W tego rodzaju epice zarysowuje się początek motywu walki dobra ze złem, motywu szatana oraz ogólnie motyw fantastycznej „cudowności”, na którym opierają się wszystkie powieści fantasy [6, s. 29–34]. Epika rycerska natomiast jest źródłem powstania jednej z typowych postaci fantasy: rycerza. Przykładem średniowiecznego rycerza kierującego się kodeksem rycerskim jest Roland z *Pieśni o Rolandzie* oraz król Artur z *Legandy o Królu Arturze i Rycerzach Okrągłego Stołu*. W wielu współczesnych książkach fantasy można znaleźć motyw rycerski, który początkowo pojawiał się w baśniach i bajkach dla dzieci, jak np. *Królewna Śnieżka*, gdzie rycerz na koniu ratuje księżniczkę pocałunkiem prawdziwej miłości. Również w słynnej powieści Tolkiena *Władca pierścieni* pojawia się wielu bohaterów o rycerskich cechach.

W renesansie upowszechnił się topos utopii, który zapowiada późniejsze utwory science fiction. Utopijny krajobraz przedstawia Mikołaj Rej w *Wizerunku własnego żywota człowieka poczciwego* [6, s. 49]. Można znaleźć w tym utworze jeszcze motyw wędrówki oraz motyw poszukiwania sensu życia, który pojawiać się będzie później w powieściach przygodowych z motywem *quest* (wędrówka w określonym celu). Motyw takiej wędrówki znajduje się we *Władcy pierścieni* oraz *Hobbicie*. U Jana Kochanowskiego pojawia się z kolei motyw snu. *Tren XIX* cały napisany jest w onirycznym nastroju [6, s. 52–53]. Ukazuje się w nim duch zmarłej matki Jana, która trzyma na rękach nieżyjącą już córkę pisarza – Urszulę. Matka przestrzega syna przed zatraceniem się w żałobie, nakazując powrót do pełni życia. Jan Kochanowski wprowadza tu motyw widma obserwowanego w stanie półsnu. Motywy oniryczne ponownie pojawiają się w romantyzmie (*Sen srebrny Salomei* Juliusza Słowackiego) i Młodej Polsce (*Sny Marii Dunin* Karola Irzykowskiego). Przykładem

współcześnie popularnej serii książkowej, która wykorzystuje motyw snu, jest *Wiedźmin* Andrzeja Sapkowskiego.

Ulubionym motywem w baroku była metamorfoza czarodziejska lub mitologiczna. Przykładem może być utwór Samuela Twardowskiego *Dafnis drzewem bobkowym*. Książka opowiada o nimfie uciekającej przed natrętnym kochankiem, która by uniknąć konfrontacji z mężczyzną, zostaje na własne życzenie przemieniona w drzewo bobkowe (wykorzystano tu mit o Dafnis uciekającej przed Apollinem, która została zmieniona w drzewo wawrzynu – symbol miłości niedostępnej i dziewictwa) [6, s. 60]. Analogicznie, we współcześnie popularnej serii *Harry Potter* zawarto wiele przykładów metamorfozy. Bohaterowie, za pomocą eliksiru wielosokowego, mogą przemieniać się w każdą inną osobę.

W oświeceniu powieść rozwinęła się w autonomiczny gatunek. Wyróżniono wówczas m.in. powieść gotycką, która jest początkiem fantastyki grozy, powieść utopijną, czułą i obyczajową. Celem powieści utopijnej było ulepszenie społeczeństwa, ukazanie arkadyjskiego obrazu wysp szczęśliwych, miejsca idealnego o harmonijnym porządku, miejsca spokojnego, wolnego od sporów [6, s. 68]. Przykładem takiego utopijnego miejsca jest wyspa Nipu w *Mikotaja Doświadczyńskiego przypadkach* Ignacego Krasieńskiego. Powieść grozy wprowadziła motywy duchów, zjaw oraz krwawych zbrodni. Z kolei powieść obyczajowa łączyła różne elementy poprzednich powieści. Jedną ze znanych powieści obyczajowych oświecenia jest *Malwina* Marii Wittenberskiej, gdzie łączą się elementy realistyczne, naturalistyczne i fantastyczne, np. pojawia się duch zmarłego w blasku księżyca, co wprowadza element grozy.

Motyw duchów i upiórów, który miał swoje początki w powieści gotyckiej w oświeceniu, rozwija się w dobie romantyzmu. Pojawiają się duchy zmarłych kochanków (*Lilije, Romantyczność*) oraz dusze potępione, które nie mogą wstąpić do nieba (II część *Dziadów*). Wątek duchów i upiórów będzie obecny w późniejszych utworach innych epok, jak np. *Wesele* Wyspiańskiego, *Wampir* Reymonta czy *Szary pokój* Grabińskiego. U Grabińskiego dojdą jeszcze motywy okultystyczne i demonistyczne.

W epoce romantyzmu popularny był również wątek infernalny oraz motyw dantejskich scen, pojawiający się u Słowackiego (*Anielli*) oraz Krasieńskiego (*Nie-boska komedia*). Utwór Krasieńskiego jest też przykładem dystopii, czyli utopii negatywnej, przedstawiającej przyszłość jako pasmo wojen i rzezi przynoszących zagładę [6, s. 83–84]. W późniejszych epokach będą się pojawiać coraz bardziej rozbudowane utopie i dystopie. Jedną z takich utopii jest utwór *Na srebrnym globie* Jerzego Żuławskiego, w którym bohaterowie przenoszą się na księżyc [6, s. 187]. Jest to pierwsza część trylogii, która opowiada o zmaganiach grupy pięciu astronautów, którzy próbują dotrzeć do zacienionej strony księżyca w celu sprawdzenia możliwości zamieszkania jej. Motyw podróży na księżyc później wykorzysta, wzorując się właśnie na Żuławskim, Jerzy Braun w *Kiedy księżyc umiera* [6, s. 219]. Bardziej współczesnym utworem science fiction z motywem podróży na obcą planetę jest *Solaris* Stanisława Lema, natomiast wydanym niedawno przykładem dystopii są *Igrzyska śmierci* Suzanne Collins.

Podstawą utworów fantastycznych w dobie romantyzmu były wierzenia ludowe. Mitologia słowiańska stała się również bardzo popularnym motywem wśród współczesnych

książek fantasy dla młodzieży. Jedną z bardziej znanych polskich twórczyni tego typu utworów jest Paulina Hendel, autorka m. in. serii *Żniwiarz*. Seria ta opowiada historię młodej dziewczyny Magdy, która, tak samo jak jej wujek, jest żniwiarzem, osobą polującą na demony. Pojawiają się więc tu różnego typu demony, upiory, niczym wyjęte z mitologii słowiańskiej: lichy, poroniec, rusalki, topielice, zmyry, wążperze itp.

Wracając jednak do historii – w 1886 r. została wydana książka Roberta Stevensona *Doktor Jekyll i pan Hyde*, która stała się „programowym” utworem z motywem rozdwojenia jaźni. Występuje on później w wielu dziełach, inspirując licznych twórców, np. w *Faraonie* Bolesława Prusa bohater – Lykon – jest sobowtórem Ramzesa XIII, wygląda tak samo, jednak jego charakter stanowi całkowitą odwrotność osobowości syna faraona [6, s. 159]. Motyw ten występuje także w opowiadaniu Antoniego Langego *Mitologia*, w którym główny bohater Heriusz przeżywa rozdwojenie jaźni – jest rozdarty między swoją dobrą a złą stroną [6, s. 178].

W okresie międzywojennym oraz po roku 1945 pojawia się literatura fantastyczna oparta na motywach baśniowych. Wykorzystywano wówczas takie zabiegi, jak: metamorfozy, mityczne istoty, ożywianie przedmiotów oraz postaci typowe, np. czarownice [6, s. 231]. Przedstawicielem tego nurtu jest m.in. Bruno Schulz. W swoich *Sklepkach cynamonowych* wykorzystuje motyw oniryczny, który jest często stosowywany w baśniach. Występują tu również metamorfozy, jak na przykład przemiana ojca w karakona. We współczesnej literaturze fantasy motywy baśniowe (częściej lub rzadziej) są obecne prawie we wszystkich utworach, co jest uzasadnione, ponieważ fantasy wyrosło z baśni i bajek.

Co ciekawe, po niektóre z omówionych motywów sięgają biblioteki, aby wykorzystać je do promocji swoich usług lub też jako kluczowy składnik *eventów* bibliotecznych. Przykładem może być choćby Noc bibliotek, w ramach której prezentowano zabytkowe zbiory zawierające receptury „magicznych” przepisów. Ten niestandardowy zabieg (przedstawienie starych ksiąg jako fascynujących i ciekawych przedmiotów, pełnych starych wierzeń i przesądów) stał się punktem wyjścia do nawiązania relacji z otoczeniem biblioteki, także tymi czytelnikami, którzy do tej pory nie korzystali z jej usług lub preferujących nawiązywanie relacji wyłącznie poprzez sieć [szerz. zob. 3; 23].

Gatunki literatury fantastycznej

Istnieją różne klasyfikacje literatury fantastycznej. Na potrzeby niniejszego artykułu uwzględniono trzy, najbardziej popularne. I tak Tatiana Czemyśzewska wyróżnia dwa modele fantastyki: grę fantastyczną, korzystającą z modelu adeterministycznego, który łączy obrazowanie baśniowe z tradycją karnawałowego przekształcenia świata oraz grę naukową, opierającą się na deterministycznym modelu narracji i typie obrazowania powstałym przez czasy współczesne i światopogląd materialistyczny [6, s. 20–21]. W skrócie można powiedzieć, że pierwsza gra odpowiada gatunkowi fantasy, a druga gra – science fiction, czyli fantasyce naukowej.

Z kolei Jewgienij Brandis wskazuje aż pięć rodzajów utworów fantastycznych. Pierwszy ma przedstawiać to, co mogłoby się zdarzyć w rzeczywistości; drugi to, co nie może się

wydarzyć w rzeczywistości (czysta fantasy, antyrzeczywistość); trzeci ma ukazywać to, co nie powinno się zdarzyć; czwarty ilustrować ma zaś idealny stan rzeczy (utopia); piąty stanowią bajki wieku cybernetycznego (fantastyka naukowa) [6, s. 21]. Pierwszy i trzeci rodzaj można by było połączyć i zaliczyć je do fantastyki grozy, gdzie występują wszelkie nadprzyrodzone siły, które w rzeczywistości nie powinny mieć miejsca, jak na przykład opętanie przez demony, egzorcyzmy, duchy.

Kolejnego podziału dokonał Roger Caillois, który dzieli fantastykę na trzy odmiany: baśniowość, fantastykę grozy i fantastykę naukową [6, s. 21]. Jest on najbliższy współczesnej klasyfikacji literatury fantastycznej, do której należy: fantasy (które z baśni się wywodzi), science fiction oraz horror. Podział ten uwzględniono w dalszej części artykułu, podział taki stosują też niektóre biblioteki posiadające większy zasób literatury z tego obszaru.

Fantastyka naukowa

W Polsce pierwsze podziały literatury fantastycznej zaczęły się pojawiać w dwudziestoleciu międzywojennym. Intensywna praca nad ustaleniem granic gatunków miała miejsce w latach sześćdziesiątych XX w., a największą rolę w niej odegrał Stanisław Lem, którego kariera zaczęła się wtedy rozwijać. Polski termin – fantastyka naukowa – wziął się z angielskiego określenia tego gatunku, czyli *science fiction*. Termin ten istniał już od połowy lat dwudziestych. Angielskie słowo *science* oznacza tu nauki przyrodnicze i techniczne, a słowo *fiction* – fikcję bądź fantastykę [6, s. 23]. Już na tej podstawie możliwe jest ustalenie prostej definicji fantastyki naukowej. Będą to więc utwory fikcyjne, których fabuła może opierać się na pewnych eksperymentach naukowych, nowych wynalazkach, technologiach, a ich bohaterami będą naukowcy, badacze, wynalazcy. Warto jednak sięgnąć jeszcze po propozycje innych autorów.

Sam Moskowitz, amerykański pisarz i publicysta fantastyki naukowej oraz jej krytyk, który starał się podkreślić pozorną naukowość science fiction, przedstawił ją w następujący sposób: „Science fiction jest rodzajem literatury fantastycznej dającej się poznać po tym, że ułatwia czytelnikowi «umyślne pozbycie się wątpliwości», gdyż swoje fantastyczne spekulacje na temat – wiedzy przyrodniczej, przestrzeni, czasu, nauk socjalnych i filozofii odziewa w szaty naukowej wiarygodności” [14, s. 25]. Fantastyka naukowa, według tej definicji, to rodzaj utworów, które za pomocą treści naukowych – różnych twierdzeń, badań, teorii, doświadczeń, „tuszują” ich fantastyczność, niezwykłość i brak prawdopodobieństwa.

Polski teoretyk i historyk literatury Jan Trzynałowski próbował definiować tę odmianę fantastyki, podkreślając jej przyszłościowy charakter. Jak pisał: „Mają to być teksty ukazujące narodziny przyszłości, osiągnięcie przeszłości oraz opanowanie przyszłości, w których perspektywą czasową pozostaje stopniowa redukcja lub nawet eliminacja teraźniejszości [6, s. 27]. Jednak przyszłościowy charakter jest zaledwie jednym z wielu wyznaczników tej literatury, dlatego nie można ograniczać się tylko do tego jednego aspektu, ponieważ nie wszystkie utwory odnoszące się do przyszłości będą utworami fantastyki naukowej.

Według Ryszarda: „Fantastyka naukowa daje się rozpoznawać dzięki trzem właściwościom. Akcja umieszczana zostaje w miejscu nieosiągalnym w momencie powstawania

powieści. Czas dla narratora przeszły, dla odbiorcy pozostaje przyszłością. W tekście występują przedmioty i sytuacje spoza szeroko rozumianej rzeczywistości empirycznej” [6, s. 28].

Ostatecznie można powiedzieć, że fantastyka naukowa to zbiór utworów, których akcja dzieje się w nieokreślonej, nieznannej przyszłości, gdzie świat przedstawiony jest pełen elementów spoza naszej rzeczywistości empirycznej, pełen różnych niezwykłych technologii, które mimo swej nieprawdopodobności, dzięki wyjaśnieniom naukowym, stają się możliwe do zaistnienia w naszej przyszłości.

Każdy czytelnik fantastyki w indywidualny sposób postrzega ową literaturę oraz jej gatunki, jak również subiektywnie ją definiuje. Przykładowo, użytkownicy Facebooka, czytający ten typ utworów, charakteryzowali fantastykę naukową w następujący sposób:

1. SF według mnie to połączenie nauki z wyobrażeniem tego, do czego mogłaby służyć. Wyobrażenie niekoniecznie musi być wiarygodne, może być fikcyjne, wymyślone przez autora.
2. Science fiction to podgatunek fantastyki, skupiający się w swoich historiach na aspektach naukowych bądź pseudonaukowych.
3. Książki z wysoko rozwiniętą technologią, ukazujące to, jak świat może się rozwinąć, wybiegające w przód, bazujące na realnym świecie.
4. Książki, w których miejscem akcji jest kosmos lub alternatywna rzeczywistość, w której dużą rolę odgrywa technologia¹.

Prawie wszyscy facebookowicze wspomnieli o takich elementach, jak: fikcja, kosmos, alternatywna rzeczywistość, technologie wykraczające poza nasze możliwości, nauka. Tak naprawdę współcześni czytelnicy mają podobne wyobrażenia co do science fiction jak wcześniej cytowani badacze. Można więc wnioskować, że sposób patrzenia na ten gatunek literacki w przeciągu ostatnich kilkudziesięciu lat w ogóle się nie zmienił.

Najważniejszymi podgatunkami fantastyki naukowej są: hard science fiction oraz soft science fiction. Według Piotra Kasprzowskiego hard science fiction to: „przede wszystkim określenie tych utworów science fiction, które zachowują czystość gatunkową. Nie udziwniają, nie modernizują, ale jedynie snują nowe wersje starych tematów: podróż kosmolotem, odkrycie obcej cywilizacji czy dokonanie genialnego wynalazku. Stary, sprawdzony zestaw tematów, który nie zawiedzie czytelnika. Termin hard SF bywa także używany w innym znaczeniu – jako określenie tej części «fantastyki naukowej», która jest naprawdę naukową, która opiera się na rzetelnych podstawach naukowych i na tej bazie antycypuje przyszłość” [10, s. 115].

Hard science fiction jest podgatunkiem fantastyki naukowej, który posiada typowe motywy tego gatunku, takie jak kosmos czy spotkanie obcej cywilizacji, opierającym swoją fabułę na bazie naukowych teorii i na tej bazie przewidującym przyszłość. Natomiast soft science fiction to podgatunek fantastyki naukowej, w którym nauka nie odgrywa żadnej ważnej roli, jest nieobecna. Przedstawicielami hard SF są między innymi Jacek Dukaj i Janusz A. Zajdel.

¹ Na podstawie badania przeprowadzonego w listopadzie 2022 r. wśród użytkowników Facebooka.

Mówiąc o podgatunkach fantastyki naukowej, warto też wyróżnić takie odmiany, jak: space opera, social science fiction, groteska science fiction oraz utopia i dystopia. Space opera (opera kosmiczna) to „najczęściej przygodowa, drugorzędna SF, której akcja rozgrywa się w ogromnej kosmicznej przestrzeni, pełnej zamieszkałych światów, imperiów itp.” [2, s. 24]. To podgatunek fantastyki naukowej, którego akcja dzieje się w uporządkowanym i zamieszkanym kosmosie. Akcja i fabuła skupiają się przede wszystkim na romantycznych przygodach. Głównymi wątkami są konflikt między mieszkańcami planet oraz przeżycia wewnętrzne bohaterów. Opera kosmiczna brzmi podobnie jak opera mydlana, która również swoją fabułę opiera na miłosnych konfliktach. Elementy opery kosmicznej można zaobserwować w *Diunie* Franka Herberta.

Social science fiction to z kolei: „Socjologiczna (i najczęściej polityczna zarazem) SF ukazująca różne modele społeczeństw oraz sposoby i mechanizmy ich funkcjonowania” [2, s. 24]. Social science fiction jest odmianą science fiction, która nie opiera się głównie na nauce, lecz zajmuje się badaniem fikcyjnych społeczeństw oraz mechanizmów ich działania; spekuluje na temat ludzkich zachowań, wchodzi w ich psychikę. Ma ona głównie charakter przepowiedni bądź krytyki realnego świata. Do fantastyki socjologicznej można zaliczyć antyutopię.

Groteska SF jest odmianą fantastyki naukowej, która polega na „deformowaniu świata przedstawionego utworów fantastycznych przez wprowadzenie doń elementów z zupełnie innej rzeczywistości w celu parodystycznego wyjaskrawienia i ośmieszenia zużytych schematów i chwytów artystycznych tradycyjnej fantastyki naukowej” [7]. Tak więc, jak mówi definicja, groteska SF służy ośmieszeniu już istniejących schematów, reguł tworzenia utworów science fiction. Najwybitniejszym pisarzem tego typu dzieł literackich jest Stanisław Lem, autor *Bajek robotów*.

Najbardziej znanymi i sięgającymi już XVIII w. podgatunkami fantastyki naukowej są utopia i dystopia. Utopia to: „wizja cudownego świata, świata istniejącego bądź daleko stąd, bądź w przyszłości, i zupełnie pozbawionego wad współczesnego społeczeństwa. Ład i harmonia są tam zasadniczymi stanami, a szczęście i pogoda ducha naczelnymi uczuciami” [10, s. 115]. Słynną utopią są *Mikołaja Doświadczyńskiego przypadki* autorstwa Ignacego Krasickiego. Opowiada ona o wędrowce tytułowego bohatera, który w drugim jej etapie trafia na utopijną wyspę Nipu, będącą idealnym modelem społeczeństwa, w którym panuje harmonia i spokój.

Dystopia to inaczej antyutopia, czyli rodzaj utworu, który: „ukazuje wszelkie możliwe koszmary, jakie mogą spotkać przyszłe społeczeństwo” [10, s. 115]. Antyutopia jest więc pesymistycznym wyrazem przyszłości. Biblioteki w swoich działaniach do literatury tego typu odnoszą się np. podczas organizowania debat politycznych czy dyskusji społecznych, które z jednej strony mają na celu podjęcie tematów ważnych dla lokalnych społeczności, z drugiej zaś – jej integrację i skupienie wokół samej placówki [szerz. zob. 15; 21]. Absurdy współczesnego życia są w tym przypadku odnoszone do wydarzeń w literaturze, które miały nigdy nie zaistnieć w realnym świecie. W kontekście działalności bibliotek pojawiają się także tematy przeciwstawne, jak np. utopia. Warto wspomnieć tu choćby o Ogólnopolskiej Konferencji Studenckich Kół Naukowych Bibliotekoznawców z 2010 r., zatytułowanej:

Utopia w bibliotece, biblioteka w utopii, podczas której poruszono m.in. zagadnienie literackiego wizerunku książki i biblioteki [13]. Co ciekawe, terminu „utopia” użyto także w stosunku do nowo otwartej biblioteki Academy for Performing Arts w belgijskim Aalst. Nazwa została zaczerpnięta z tytułu książki Thomasa More’a, której pierwsze egzemplarze zostały wydrukowane właśnie w Aalst przez Dirka Martensa – lokalnego wydawcę [17].

Fantasy

Fantasy jest jednym z gatunków literatury fantastycznej, który od XX w. zdobywa coraz większą popularność. Za najważniejsze dzieło z tego nurtu uznawany jest bezsprzecznie *Władca pierścieni* J.R.R. Tolkiena, wydany w latach sześćdziesiątych XX w. Autor stworzył swój własny model fantasy, opierający się na cudownym świecie orków, elfów, czarodziei i hobbitów, który sam opracował od podstaw, wzorując się na mitologii, jednocześnie kreując nowe mity i legendy. Wymyślony przez Tolkiena egzomimetyczny model był potem powielany przez kolejnych autorów fantasy, jak na przykład Roberta Howarda, autora *Conana Barbarzyńcy*.

Według Grzegorza Trębickiego, autora książki *Fantasy – ewolucja gatunku*, literaturę fantasy można rozumieć na dwa różne sposoby: (1) Jako literaturę niemimetyczną w ogóle – lub też po prostu literaturę, która zawiera elementy w potocznej opinii określane jako „fantastyczne”. (2) Jako siostrzany (choć pod pewnymi względami przeciwstawny) w stosunku do SF dwudziestowieczny gatunek literatury egzomimetycznej [20, s. 11]. Przedstawione definicje są jednak bardzo powierzchowne. Do literatury niemimetycznej zalicza się bowiem wszystkie gatunki literatury fantastycznej: science fiction, fantasy i horror. Zaznaczenie jedynie elementu „fantastyczności” to za mało, by odróżnić fantasy od innych gatunków. Z kolei określając fantasy jako gatunek siostrzany w stosunku do SF, należałoby wskazać podobieństwa i różnice między nimi (co zostanie uczynione w dalszej części artykułu). Przyjęcie drugiej definicji prowadzi do ograniczenia literatury fantasy do elementów wspólnych jej i SF, co jednocześnie zubaża ten gatunek, nie pokazując jego pełnego potencjału.

Colin N. Manlove, szkocki krytyk literacki, także podaje zawężoną definicję fantasy. Według niego fantasy to „fikcja wywołująca wrażenie cudowności i zawierająca znaczący i niemożliwy do usunięcia element ponadnaturalny, z którym śmiertelne postacie opowieści czy też czytelnicy bliżej się zapoznają” [20, s. 14]. Manlove w swojej definicji podkreśla wrażenie cudowności, które wywołuje ten gatunek oraz wyznacza jeden element charakteryzujący fantasy: element ponadnaturalny. Oba te wyróżniki pasują do wszystkich gatunków literatury fantastycznej, tak więc definicja ta jest zbyt ogólna.

Bardziej precyzyjną interpretację przedstawia Rosemary Jackson, która uważa, że fantasy to zbiór tekstów, w których „przemieszczenie w dziedzinę cudowności (*the marvellous*) zaprowadza czytelnika [...] do zupełnie odmiennego, alternatywnego świata – «wtórnego wszechświata» (*secondary universe*), jak powiedzieliby Auden i Tolkien. Ów wtórny, skopowany kosmos jest względnie autonomiczny; jego jedyny punkt odniesienia do «realności» stanowi metaforyczna refleksja” [20, s. 15]. Podsumowując tę definicję, literatura fantasy to taki typ twórczości, który umieszczony jest we wtórnej rzeczywistości, w zupełnie innym,

wykreowanym przez autora świecie, w który czytelnik w trakcie czytania zagłębia się, całkowicie zapominając o świecie realnym. Mimo tego, że ten świat jest nierealny, to dla samego dzieła, według jego zasad, staje się jak najbardziej możliwy.

Grzegorz Trębicki w swej książce podaje jeszcze trzy najważniejsze wyróżniki fantasy. Pierwszym z nich jest prezentowany model świata przedstawionego wraz z jego charakterystycznymi cechami. Taką cechą i jednocześnie drugim wyróżnikiem jest wszechobecna magia. Świat fantasy jest rządzony przez prawa magii. Ostatnim wyróżnikiem, który łączy się z magią, jest umieszczenie akcji w quasi-średniowiecznej rzeczywistości, zapożyczonych z baśni i romansu rycerskiego, która podlega modyfikacjom. Przez nią świat powieści staje się światem natury, nie cywilizacji, ponieważ bohaterowie żyją na niskim poziomie technologicznym [20, s. 19].

Podobnie myślą Andrzej Niewiadomski i Antoni Szmuszkiewicz. Według nich terminem fantasy „określa się jedną z odmian fantastyki, która w swym współczesnym kształcie wywodzi się po części z fantastyki naukowej, ale jakby przez przekorę nawiązuje jednocześnie do fantastyki baśniowej, a także do baśni jako gatunku, oraz czerpie motywy z mitologii, podań ludowych, legend, sag bohaterskich czy średniowiecznych poematów rycerskich. [...] Stąd w nowej odmianie fantastyki powrót do magii, będącej odwiecznym sposobem wyjaśniania świata, ale także powrót do źródeł ładu moralnego i tęsknota do form wyrażających tryumf dobra nad złem” [20, s. 20].

Ostatnia, spośród przedstawionych definicji, najlepiej uwidacznia istotę literatury fantasy. Wykazuje jej podobieństwo z baśnią (od której fantasy tak naprawdę się wywodzi) oraz z fantastyką naukową. Wskazuje na podstawowe motywy fantasy pochodzące z mitologii, legend, podań, średniowiecznych poematów rycerskich. Poza magią, wspólnym elementem łączącym baśń i literaturę fantasy jest walka dobra ze złem.

Leszek Będkowski w swoim artykule *Science fiction jako odmiana literatury imaginacyjnej* podaje najważniejsze elementy odróżniające te gatunki. Pierwszym z nich jest zerwanie ze skonwencjonalizowaną budową baśniowego świata przedstawionego. Świat fantasy nie jest bowiem światem zdeterminowanym moralnie czy charakteryzującym się szczęśliwym zakończeniem. Bohaterowie fantasy nie są zazwyczaj przykładami pozytywnej postawy moralnej. Kolejnym elementem odróżniającym fantasy od baśni jest podporządkowanie fabuły tej pierwszej określone mu czasowi i przestrzeni, przy czym w baśni mamy jedynie czas i miejsce nieokreślone, opisane za pomocą typowego początku: za górami, za lasami... [2, s. 22].

Natomiast od SF fantasy odróżnia fakt istnienia świata rządzącego się własnymi, niezwykłymi prawami, który według tych praw jest światem możliwym do zaistnienia, jest czymś normalnym. Za to w science fiction taki świat pełen cudowności, magii jest czymś zupełnie obcym, niemożliwym do naukowego uzasadnienia. Kolejnym elementem różniującym jest sprawa nieistnienia technologii w magicznym świecie, który całkowicie opiera się na naturze. Jednak granica między SF a fantasy w tym wypadku jest bardzo cienka, ponieważ gdyby w świecie fantasy istniała jakakolwiek nauka, to element fantastyczny albo mógłby być niezgodny z tą nauką i stać się czymś niemożliwym (fantastyka grozy), albo mógłby zostać przez tę naukę wytłumaczony i przestałby być czymś niezwykłym, czyli stałby się utworem science fiction [2, s. 23].

Uzupełnieniem przytoczonych definicji będą odpowiedzi użytkowników Facebooka, którzy wzięli udział w ankiecie. Według niektórych wypowiedzi fantasy to:

1. Odmiana fantastyki, osadzenie świata w przeszłości, najczęściej około średniowiecza, odwołania do tradycji rycerskiej i legend kultury zachodniej.
2. Zbiór myśli i wyobrażeń odbiegających od otaczającej nas rzeczywistości. Zaliczam do niej wszystkie pozycje opowiadające o postaciach typu wilkołaki, wampiry, elfy, czarownicy itp.
3. Wizja świata przepelnionego magią, czarami, fantastycznymi postaciami z baśni.
4. Jeden z podgatunków fantastyki, w którym występują wątki i motywy magiczne, mitologiczne i innego rodzaju nadprzyrodzone moce i/lub stworzenia².

Respondenci w swoich wypowiedziach wyróżniali głównie takie elementy, jak: magia, inna rzeczywistość, magiczne postacie, mitologia, baśń. W kategorii bohaterów wspominali: elfy, wróżki, czarodziei, krasnoludy i smoki. Analizując te opinie, można przyjąć, że nic się nie zmieniło w ostatnim czasie, jeśli chodzi o postrzeganie tego gatunku.

Reasumując, należy stwierdzić, że literatura fantasy to zbiór tekstów literackich, gdzie panuje wtórny świat przedstawiony, który według zasad panujących w utworze jest światem możliwym, w skład którego wchodzi takie elementy, jak: magia, motywy mitologiczne i średniowieczne oraz niezwykle, nadprzyrodzone postacie.

Podstawowymi podgatunkami fantasy są: high fantasy, low fantasy oraz coraz bardziej popularny realizm magiczny. High fantasy jest utworem czysto fantastycznym, jego akcja dzieje się w całkowicie innej rzeczywistości, innym świecie pełnym magii. Za to low fantasy jest przeciwieństwem high fantasy, tam świat przedstawiony traci swój wymiar fantastyczny, oczywiście nie całkowicie. Akcja dzieje się w innym świecie, ale bardzo zbliżonym do naszej, realnej rzeczywistości. Środki literackie znamienne dla fantastycznych światów są w utworach low fantasy ograniczone do minimum. Jak podaje *Encyklopedia PWN*, realizm magiczny to: „tendencja estetyczna, która skryzalizowała się jako wyrazisty prąd w XX-wiecznych literaturach europejskich i latynoamerykańskich, łącząc w konstrukcjach przedstawianej rzeczywistości elementy realizmu, fantastyki i groteski z analizami psychiki i podświadomości powieściowych postaci oraz z eksponowaniem symboliki obyczajów, sfery irracjonalnych wierzeń i egzotyki miejscowego folkloru” [8].

Powieści realizmu magicznego to utwory, w których łączą się elementy fantastyki, realizmu i groteski. Jest to realistyczna opowieść, zakłócana przez pozornie niespójne i dziwaczne wydarzenia czy zjawiska. Jednym z ważniejszych reprezentantów tego podgatunku jest noblistka Olga Tokarczuk, autorka książki *Prawiek i inne czasy* oraz *Biegunów*.

Andrzej Niewiadomski wyróżnia jeszcze inne odmiany fantasy: heroic fantasy, sword and sorcery oraz science fantasy (połączenie fantasy z fantastyką naukową) [19, s. 17]. O heroic fantasy wspomina też Piotr Kasprowski, pisząc: „Heroic fantasy jest bardzo specyficznym gatunkiem prozy fantastycznej. Akcja utworów rozgrywa się zazwyczaj na obcych planetach w bliżej nieokreślonym miejscu Kosmosu lub w przedhistorycznych czasach na Ziemi,

² Na podstawie badania przeprowadzonego w listopadzie 2022 r. wśród użytkowników Facebooka.

a głównymi bohaterami są ludzie posługujący się mieczem i magią. Od tych podstawowych atrybutów ten rodzaj twórczości nazywa się także literaturą «miecza i magii» (*sword and sorcery*)” [10, s. 114]. Kasprowski ujednocza zatem heroic fantasy i sword and sorcery fantasy. Według niego heroic fantasy to zbiór utworów fantastycznych, w których główny bohater odznacza się heroizmem, odwagą, a jego atrybutami są miecz i magia. Natomiast Niewiadomski traktuje sword and sorcery jako odrębny podgatunek.

Andrzej Niewiadomski i Antoni Smuszkiewicz twierdzą, że heroic fantasy to: „opowieści, które przedstawiają niezwykle przygody bohaterów o ogromnej sile fizycznej i często także innych cudownych przymiotach, pozwalających im dokonywać nadludzkich wyczynów, zwłaszcza w walce z czarownikami i smokami” [20, s. 22]. Jeśli chodzi o sword and sorcery fantasy, to według nich jest ona „wyróżniana ze względu na charakter akcji oraz typowe rekwizyty, którymi posługują się bohaterowie. Tematem opowieści spod znaku «magii i czarów» są niezwykle przygody wojenne rozgrywane się w ramach niezwyklej scenerii” [20, s. 22].

Te dwa podgatunki różnią się od siebie, jeśli chodzi o dwie cechy: rodzaj bohatera (w pierwszym mamy pozytywnego bohatera z dodatkowymi przymiotami magicznymi, bez których nie wygrałby walki ze złem; w drugim przypadku występuje bohater, który nie ma dodatkowej pomocy w walce prócz samego siebie) oraz charakterystyczne rekwizyty: miecz i magia, która może, ale nie musi pojawić się w heroic fantasy, a w sword and sorcery już tak. Przykładem heroic fantasy jest seria o *Conanie Barbarzyńcy* Roberta Howarda, a sword and sorcery – *Władca pierścieni* (który tak naprawdę zapoczątkował ten podgatunek).

Jedną z najnowszych odmian fantasy jest zaczynający się dopiero rozwijać retelling. Niestety istnieje bardzo mało naukowych prac na jego temat. Anita Całek w swoim artykule tak definiuje ten podgatunek: „przez retelling rozumiem każdą praktykę powtarzania dobrze umocowanej kulturowo historii: ustną lub pisemną (którą w tym przypadku nazywam reskrypcją), pod warunkiem że prowadzi do powstania utworu samodzielnego, pełnowymiarowego i autonomicznego wobec pierwowzoru, mającego charakter transfikcjonalny” [5].

Retelling jest rodzajem utworu, który pisze na nowo historie już znane i utrwalone w kulturze, jak baśnie i legendy, przekształca je na różne sposoby, dodając nowe elementy bądź usuwając już istniejące, dlatego też utwór ten jest całkowicie autonomiczny, bo tworzy swoją własną przestrzeń. Współcześnie retelling jest bardzo popularną formą, uwielbianą przez młodzież. Powstaje dużo dzieł literackich, w których autorzy ukazują swoje wersje klasycznych bajek i baśni. Jedną z bardzo znanych serii jest *Saga księżycowa* autorstwa Marissy Meyer, w której każdy tom jest retellingiem innej baśni. Niektóre biblioteki sięgają po tę formę, aby prowadzić zajęcia z obszaru krytyki literackiej bądź też warsztaty pisarskie, które są szczególnie atrakcyjne dla kreatywnych nastolatków, zwłaszcza jeśli realizowane są przez doświadczonych i cenionych przez nich twórców.

Fantastyka grozy (horror)

Fantastyka grozy jest gatunkiem, o którym pisze się i mówi najmniej. Jej początki sięgają XVIII w., kiedy to w epoce oświecenia, jako osobny rodzaj literacki, rozwinęła się

powieść. Wyróżniono wtedy wiele jej gatunków, między innymi romans grozy, który dał początek fantastyce grozy. Jednym z ważnych zagranicznych pisarzy reprezentujących ten nurt był Matthew Gregory Lewis, autor słynnego *Mnicha*, a jedną z polskich pisarek – Anna Mostowska, autorka *Strachu w zameczku*.

Roger Caillois określił fantastykę grozy jako fantastykę czystego przerażenia, gatunek, gdzie ważną rolę spełnia wtargnięcie sił złowrogich w ujarzmiony przez człowieka świat, w którym nie ma na nie miejsca. Podstawowym wyróżnikiem tej fantastyki staje się „niemożliwość” [4, s. 8]. Na podstawie tego można wymienić cechy, które różnią horror od reszty gatunków fantastyki. W każdym z nich pojawia się efekt cudowności, jednak w science fiction jest on wyjaśniany na podstawie naukowych teorii, w fantasy staje się on możliwy na terenie praw świata wtórnego wytworzonych w trakcie trwania powieści, a w fantastyce grozy jest on elementem niemożliwym, niepojętym przez rozum człowieka; tutaj cud przestaje być czymś niesamowitym, a staje się zagrożeniem destabilizującym świat bohaterów.

Pierwszą psychoanalityczną koncepcję literatury fantastycznej stworzył Sigmund Freud. Jego zdaniem „niesamowite” to coś przeraźliwego, wywołującego lęk i grozę; coś związanego z nieznanym bytem, odsyłającego jednocześnie do sfery tego, co znajome, lecz zakryte [4, s. 115]. W definicji tej łączy się nieprawdopodobne z czymś znanym, ale jednocześnie przerażającym i głęboko ukrytym. Freud wyjaśnia to wszystko, wprowadzając pojęcie „powrotu wypartego” oraz mówiąc, że niesamowite przeżywania występują wtedy, gdy to, co kiedyś wyparte, powraca do naszego umysłu w formie zaprzeczonej, zniekształconej, monstrialnej i wywołuje negatywne poczucie niesamowitości (grozy) sprzecznej z rzeczywistością [4, s. 116]. Fantastyka grozy w takim ujęciu to zbiór tekstów literackich, których charakterystyczną cechą jest wywołanie w czytelniku poczucia lęku, przerażenia w wyniku jego spotkania z elementami niesamowitymi (np. powrót do świadomości odbiorcy elementu wypartego, sprzecznego z jego wiedzą o rzeczywistości), których nie da się racjonalnie wytłumaczyć.

Horror również jest typem literatury wątpienia, ponieważ wtargnięcie niemożliwego, elementu sprzecznego z rzeczywistością sprawia, że człowiek zaczyna wątpić w swoje zdolności poznawcze, zastanawia się nad sensem świata i kwestionuje rozum, co może doprowadzić go do obłądu [4, s. 247].

Jeśli zaś chodzi o użytkowników Facebooka, to w następujący sposób definiują oni fantastykę grozy:

1. Wzbudzający strach i lęki twór literacki, zawierający postać mordercy lub istoty, która niesie śmierć, bazuje na psychologii ludzkiej i tego, co może kryć się tam, gdzie ludzki wzrok nie sięga.
2. Horror to jeden z podgatunków fantastyki, mający na celu przerażenie czytelnika, z wykorzystaniem nadprzyrodzonych elementów.
3. Horror opowiada o rzeczywistym świecie, w którym pojawiają się zjawiska nadprzyrodzone, których nie można logicznie wytłumaczyć.
4. Horror to gatunek operujący nastrojem i atmosferą. Powieści te charakteryzują się zwiększającym się napięciem, które ma na celu przerazić czytelnika lub wyrwać go

ze strefy komfortu. Nie stroni przy tym od przemocy i brutalności, choć niektórzy autorzy obywają się bez dosłowności³.

Większość facebookowiczów za horror uważa typ literatury, którego akcja dzieje się w realnej rzeczywistości odbiorcy, lecz ta rzeczywistość jest zakłócona przez elementy niesamowite, nadprzyrodzone, których nie da się wytłumaczyć logicznie. Łączą horror z silnymi emocjami, jak lęk i strach. Ostatni wiersz pierwszej wypowiedzi: „bazuje na psychologii ludzkiej i tego, co może kryć się tam, gdzie ludzki wzrok nie sięga” nawiązuje do myśli Freuda, który mówił, że fantastyka grozy ma silny związek z psychiką człowieka. Sformułowanie: „tam, gdzie ludzki wzrok nie sięga” oznacza to, co jest poza naszą strefą poznania, wszystko to, co nadprzyrodzone, jak np. wampiry, wilkołaki i inne monstra. Współczesnym przedstawicielem fantastyki grozy jest Stephen King.

Podział na podgatunki fantastyki grozy jest dosyć nietypowy. Tzvestan Todorov, na podstawie fundamentalnego kryterium estetycznego, jakim jest strach, wyróżnił pięć głównych podgatunków horroru (z których omówione zostaną trzy). Wcześniej warto jednak krótko przedstawić kategorię strachu. Istnieją dwa rodzaje strachu: horror i terror. Horror jest rodzajem strachu płytkiego; czytelnik ma do czynienia z tym rodzajem strachu, gdy doznaje negatywnego uczucia wobec jakiegoś konkretnego zdarzenia. Strach ten nie jest permanentny, ustaje wraz ze zniknięciem zagrożenia. Terror zaś to rodzaj strachu głębokiego, pozornie nieuzasadnionego, spowodowanego domniemaniami; boimy się tego, czego nie rozumiemy, czego nie jesteśmy pewni. Terror jest więc lękiem przed nieznanym. Horror jest strachem o losy bohaterów, a terror – obawą o nas samych [12, s. 179].

Pierwszą grupą dzieł, jakie wyróżnił Todorov, są powieści reprezentujące kategorię niesamowitości. Kategoria ta pojawia się nie tylko w utworach grozy. W tym wypadku nie musi wystąpić element nadprzyrodzony, ponieważ niesamowite elementy można wyjaśnić za pomocą przyczyn naturalnych. Utwory tego rodzaju powinny przedstawiać przeżycia bohaterów w taki sposób, by czytelnik współodczuwał ich strach, co wywołałoby u niego odczucie horroru – lęku o postacie [12, s. 177–178]. Znaną pisarką tego podgatunku fantastyki grozy jest Ann Radcliff.

Drugą grupą dzieł są utwory reprezentujące kategorię cudowności. Ta kategoria jest bardziej charakterystyczna dla science fiction czy fantasy, a w przypadku fantastyki grozy zdarza się rzadko. W takich tekstach wszystkie zdarzenia niespotykane czy niemożliwe nie wywołują w bohaterach żadnego zdziwienia bądź strachu, ponieważ albo stają się one możliwe w danym wykreowanym świecie albo są wytłumaczone naukowo. Elementem, który wywołuje ową cudowność, jest obecność sfery nadnaturalnej – potwora. Potwór może wzbudzić w czytelniku oba rodzaje strachu – horror i terror. Horror wtedy, gdy czytelnik współodczuwa lęk w obawie o życie bohaterów, a terror wówczas, gdy potwór jest metaforą nieświadomych obaw i pragnień czytelnika [12, s. 181–182]. Przykładem takiego dzieła jest, wspomniany już, *Mnich* Matthew Lewisa.

³ Na podstawie badania przeprowadzonego w listopadzie 2022 r. wśród użytkowników Facebooka.

Trzecią grupą są utwory należące do czystej fantastyki. Posiadają one podwójną wykładnię sensów, która wywołuje w odbiorcy wahanie co do natury zdarzeń, które nie zostają rozstrzygnięte nawet po zakończeniu powieści, czyli autor pozostawia czytelnika w niewiedzy. Taki czytelnik będzie próbował szukać odpowiedzi na pytania, które wyklarowały mu się w głowie podczas lektury, lecz spowoduje to jedynie, że odbiorca wpadnie w błędne koło – zamiast znaleźć rozwiązanie, problemy będą się nawarstwiać [12, s. 183–184].

Fantastyka a działalność bibliotek

Literatura z obszaru fantastyki cieszy się rosnącym zainteresowaniem nie tylko czytelników, ale również bibliotekarzy projektujących usługi biblioteczne. Aby przyciągnąć do bibliotek młodzież, niezbędne jest sięganie po tematy i motywy ważne oraz interesujące dla tej grupy odbiorców. Dlatego poza systematycznym poszerzaniem księgozbiorów, projektowanych jest coraz więcej *eventów* bibliotecznych, powiązanych w jakiś sposób z literaturą fantastyczną. By jednak takie *eventy* mogły być realizowane, potrzebne jest odpowiednie przygotowanie bibliotekarzy. Przykładem szkolenia adresowanego do pracowników bibliotek jest *Science fiction i fantasy w bibliotece*, zrealizowane przez Miejską Bibliotekę Publiczną w Lęborku, które miało na celu omówienie struktury i cech charakterystycznych gatunku, wskazanie dobrej i wartościowej fantastyki, uświadomienie, jak dzięki wykorzystaniu fantastyki można promować bibliotekę i przyciągać do niej więcej osób, a także przedstawienie takich dodatkowych zagadnień, jak np. rola fandomu [9]. Udział w tego typu szkoleniach pomaga bibliotekarzom w lepszym poznaniu nie tylko samej literatury, ale także środowiska czytelniczego, jego specyfiki i potrzeb.

Również wydawcy fachowych periodyków zdają sobie sprawę ze zwiększającego się zainteresowania typem literatury fantastycznej i dlatego tworzą różnego rodzaju scenariusze zajęć, które bibliotekarze mogą wykorzystywać w swojej pracy. Jak pisze Urszula Zielińska na łamach *Biblioteki Publicznej*: „«Wszystko, czego potrzebujemy, to trochę magii!» – te słowa doskonale oddają istotę literatury fantastycznej i jej wpływ na czytelników, zwłaszcza w kontekście biblioteki. Fantastyka w takim królestwie książek to prawdziwe zaklęcie, które przenosi nas w świat niezwykłych przygód, ożywia wyobraźnię i otwiera przed nami nieznanne horyzonty. Czy fantastyka może przemienić nasze spojrzenie na świat? [...] Chcesz zaproponować czytelnikom warsztaty oparte na literaturze fantastycznej? Poniższe pomysły możesz wykorzystać również u siebie” [24, s. 16]. Zatem artykuł stanowi swego rodzaju instruktarz dla bibliotekarzy, którzy literaturę fantastyczną chcieliby uczynić przedmiotem zajęć realizowanych w swojej placówce (zob. il. 1).

Ilustracja 1. Ilustracja okładkowa czasopisma *Biblioteka Publiczna* nr 9/2023



Źródło: <https://bibliotekapubliczna.pl/biblioteka-publiczna/09-2023/Fantastyka-w-bibliotece>.

Podobnie na łamach *Biblioteki w Szkole* podkreślana jest rola fantastyki oraz jej atrakcyjność dla nastolatków i nieco młodszych dzieci. Karol Baranowski w artykule zatytułowanym *Fantastyka dla młodzieży* – jak może zachęcić do czytania (il. 2) dokonał przeglądu książek, które powinny znaleźć się na półkach każdej biblioteki szkolnej. Autor pisze następująco: „Fantastyka to jeden z najchętniej wybieranych przez młodzież gatunków. Są pewne tytuły, obok których nikt nie przejdzie obojętnie. [...] Literatura dla młodzieży z gatunku

fantastyki naukowej to niezbędny element każdego szkolnego księgozbioru. Wiele książek science fiction może z powodzeniem stać się inspiracją do innych poszukiwań literackich. Od czego zacząć budowę takiego księgozbioru?” – zadaje pytanie autor [1, s. 40]. Dzięki jego radom nawet bibliotekarz nieposiadający szerokiej wiedzy na temat gatunku i jego przedstawicieli będzie w stanie uruchomić skromny księgozbiór z obszaru fantastyki, tak by móc zachęcić uczniów do odwiedzin biblioteki szkolnej.

Ilustracja 2. Ilustracja towarzysząca artykułowi Karola Baranowskiego pt. *Fantastyka dla młodzieży – jak może zachęcić do czytania*



Źródło: <https://biblioteka.pl/artukul/Fantastyka-dla-mlodziezy/7470>.

Takich propozycji w fachowym piśmiennictwie można znaleźć więcej, co poniekąd pokazuje aktualne preferencje czytelnicze młodzieży i dorosłych, a także zainteresowanie tymi preferencjami ze strony bibliotekarzy, którzy chcą dostosować ofertę usługową do potrzeb swoich użytkowników, badają je i analizują [14]. Przystosowanie biblioteki do potrzeb fanów fantastyki wymaga jednak otwarcia się na zmiany, zaakceptowania specyfiki tej literatury, dostrzeżenia wartości, które ze sobą niesie i wyzbycia się przez bibliotekarzy sztywnych ram i ograniczeń [por. 22]. Wbrew pozorom nie jest to proces łatwy, zwłaszcza dla starszego personelu, który ma już utrwalone wizje instytucji bibliotecznej, utarte nawyki, schematy i opinie. Niewątpliwie jednak coraz więcej bibliotek otwiera się na nowe perspektywy pracy z młodzieżą, zdając sobie sprawę, że to ona niebawem będzie kształtować trendy czytelnicze.

Przykładem interesujących inicjatyw mogą być cykliczne spotkania w Mediatece Przemyskiej Biblioteki Publicznej pod hasłem „Gry i Fantastyka”, mające na celu promowanie alternatywnych form spędzania wolnego czasu, czy też projekt „Fantastyczne debiuty”

w Bibliotece na Woli, w ramach którego prowadzone były wywiady z twórcami, którzy mieli niedawno swój debiut na rynku wydawniczym, a także Festiwal Fantastyki w Miejskiej Bibliotece Publicznej w Nowym Targu. Pomysłów jest wiele – bibliotekarze mogą przygotowywać własne autorskie projekty lub jeśli mają z tym trudność – bazować na gotowych scenariuszach. Ważne jest, aby biblioteki korespondowały z potrzebami młodego pokolenia oraz otwierały się na jego potrzeby i zainteresowania, zaś kadra kierownicza motywowała personel do współpracy i integracji z otoczeniem książnicy – czytelnikami, ale również partnerami instytucjonalnymi mogącymi współpracować przy realizowanych projektach – księgarniami, domami kultury, uczelniami, szkołami, a nawet lokalnymi przedsiębiorcami skłonnyymi wesprzeć instytucje biblioteczne.

Podsumowując, aby biblioteki mogły zaprojektować atrakcyjną ofertę usług (*eventów* bibliotecznych) bazujących na literaturze z obszaru fantastyki, konieczne jest spełnienie kilku warunków:

- znajomość trendów w literaturze oraz zainteresowań czytelników z różnych grup wiekowych;
- wiedza na temat kanonu lektur oraz specyfiki literatury fantastycznej;
- akceptacja postaw i zachowań fanów literatury fantastycznej oraz próba nawiązania z nimi głębszych relacji;
- otwarcie się na nowe modele pracy biblioteki z różnymi grupami czytelników;
- poszerzenie księgozbioru bibliotecznego o odpowiednie tytuły z kanonu lektur literatury fantastycznej;
- jeśli to możliwe, stworzenie fizycznej przestrzeni, odpowiednio przygotowanej do spotkań miłośników literatury fantastycznej, zapewniającej im komfort i samodzielność;
- stworzenie systemu komunikacji marketingowej zgodnej z preferencjami czytelników (przede wszystkim komunikacja elektroniczna, z uwzględnieniem social mediów poświęconych tej tematyce oraz kanały własne);
- nawiązanie kontaktów z innymi instytucjami/partnerami z obszaru kultury, nauki i biznesu, skłonnyymi wesprzeć bibliotekę w organizacji wydarzeń.

Bibliografia

1. BARANOWSKI Karol. Fantastyka dla młodzieży – jak może zachęcić do czytania. *Biblioteka w Szkole*. 2018, nr 9, s. 40–42. ISSN 0867-5600.
2. BĘDKOWSKI Leszek. Science fiction jako odmiana literatury imaginacyjnej. *Prace Naukowe. Filologia Polska*. Historia i Teoria Literatury. 1994, z. 4, s. 15–25. ISSN 0860-0821.
3. BIEGALSKA Alicja, WOJCIECHOWSKA Maja. Zagadnienia współczesnej komunikacji w kontekście zarządzania instytucją biblioteczną oraz potrzeb i zachowań jej użytkowników. Studium teoretyczne. *Zarządzanie Biblioteką*. 2022, nr 1, s. 53–65. ISSN 2081-1004.
4. BRZOSTEK Dariusz. *Literatura i nierozum. Antropologia fantastyki grozy*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2009. ISBN 978-83-231-2389-7.

5. CAŁEK Anita. Retelling w literaturze *fantasy*: od renarracji do metafikcji. In LEŚ Mariusz M., ŁASZKIEWICZ Weronika, STASIEWICZ Piotr (red.). *Tekstowe światy fantastyki*. Białystok: Wydawnictwo Prymat, 2017, s. 45–66. ISBN 978-83-7657-261-1.
6. DUBOWIK Henryk. *Fantastyka w literaturze polskiej: dzieje motywów fantastycznych w zarysie*. Bydgoszcz: Towarzystwo Miłośników Wilna i Ziemi Wileńskiej, 1999. ISBN 83-87865-06-0.
7. *Encyklopedia fantastyki* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: http://encyklopediafantastyki.pl/index.php?title=Groteska_fantastycznonaukowa. Stan z dnia 13.12.2022.
8. *Encyklopedia PWN* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/realizm-magiczny;3966446.html>. Stan z dnia 13.12.2022.
9. GOOD BOOKS. *Science fiction i fantasy w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://goodbooks.pl/news/science-fiction-i-fantasy-w-bibliotece>. Stan z dnia 20.11.2023.
10. KASPROWSKI Piotr. *500 zagadek z fantastyki i science fiction*. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1990. ISBN 83-214-0708-0.
11. KLEMENTOWSKI Robert. *Modelowe boksowanie ze światem: polska literatura fantastyczna na przełomie lat 70. i 80.* Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2003. ISBN 83-7322-608-7.
12. KUNA Marcin. Estetyczna charakterystyka podgatunków grozy. *Estetyka i Krytyka*. 2004/2005, nr 7/8, s. 176–187. ISSN 1643-1243.
13. KUNICKA Marta. Konferencja Utopia w bibliotece, biblioteka w utopii. *Bibliotheca Nostra*. 2011, nr 1, s. 154. ISSN 2084-5464.
14. ORZOŁ Monika, WOJCIECHOWSKA Maja. Badania czytelnictwa jako instrument diagnozy nawyków i zachowań czytelniczych użytkowników bibliotek. Geneza i stan obecny. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 20, s. 65–85. ISSN 2299-565X.
15. ORZOŁ Monika, WOJCIECHOWSKA Maja. Czytelnictwo w kontekście analiz i dyskusji nad kapitałem kulturowym i społeczną rolą bibliotek. *Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych*. 2021, nr 2, s. 149–175. ISSN 1426-3777.
16. PAPUZIŃSKA Joanna. *Zatopione królestwo: o polskiej literaturze fantastycznej XX wieku dla dzieci i młodzieży*. Łódź: Wydawnictwo Literatura, 2008. ISBN 978-83-61224-57-0.
17. POINT DESIGN. *Utopia – biblioteka z eko pierwiastkiem* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://pointofdesign.pl/architektura/utopia-biblioteka-z-eko-pierwiastkiem/>. Stan z dnia 30.10.2023.
18. SŁAWIŃSKI Janusz (red.). *Słownik terminów literackich*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1988. ISBN 83-04-01787-3.
19. STEPNOWSKA Tatiana. Spory o istotę i granice światów przedstawionych fantastyki. In LEŚ Mariusz M., ŁASZKIEWICZ Weronika, STASIEWICZ Piotr (red.). *Tekstowe światy fantastyki*. Białystok: Wydawnictwo Prymat, 2017, s. 11–21. ISBN 978-83-7657-261-1.
20. TRĘBICKI Grzegorz. *Fantasy – ewolucja gatunku*. Kraków: Universitas, 2007. ISBN 978-83-242-0726-8.
21. WOJCIECHOWSKA Maja, TOPOLSKA Katarzyna. Social and cultural capital in public libraries and its impact on the organization of new forms of services and implementation of social projects. *Journal of Library Administration*. 2021, nr 6, s. 627–643. ISSN 0193-0826.
22. WOJCIECHOWSKA Maja. Metody pokonywania oporu wobec zmian i innowacji przeprowadzanych w bibliotekach. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.ebib.pl/2006/74/wojciechowska.php>. Stan z dnia 20.11.2023.
23. WOJCIECHOWSKA Maja. Rozwój zarządzania relacjami w bibliotekach i ich otoczeniu. In WROCŁAWSKA Maria, JERZYK-WOJTECKA Justyna (red.). *Stare i nowe w bibliotece: współpraca czy konkurencja*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2010, s. 37–42. ISBN 978-83-7525-413-6.
24. ZIELIŃSKA Urszula. Fantastyka w bibliotece – odkryj niezwykle światy literatury. *Biblioteka Publiczna*. 2023, nr 9, s. 16–17. ISSN 2353-8007.

Ewelina Troka

Uniwersytet Gdański

ewelina.troka13@gmail.com

Romans w bibliotece: możliwości wykorzystania literatury popularnej w kreowaniu usług dla czytelników. Zarys historii romansu

Słowa kluczowe: romans, literatura romansowa, kampanie marketingowe, kampanie informacyjne, oferta usługowa biblioteki, promocja biblioteki

Abstrakt: Literatura romansowa, choć przez wielu niedoceniana, stanowi integralną część kulturowego krajobrazu różnych krajów, w tym Polski. Jej początki sięgają wiele wieków wstecz, kiedy społeczeństwa przenosiły na papier opowieści o miłości, namiętnościach i dylematach serca. Współczesne romanse, choć często bardziej skomplikowane i zróżnicowane, wciąż odnoszą się do tych uniwersalnych tematów, które przyciągają czytelników. Romans może stać się również elementem działania marketingowego biblioteki, która używając książek o tej tematyce lub wybranych motywów literackich, może urozmaicić swoją ofertę oraz przygotować chwytliwy przekaz marketingowy. W artykule zaprezentowano specyfikę literatury romansowej, jej typy, historię i krótką charakterystykę w kontekście możliwości, jakie daje ona bibliotekarzom pracującym nad kampaniami marketingowymi oraz przygotowaniem nowej, niestandardowej oferty usługowej. Przegląd oparto na literaturze przedmiotu oraz analizie aktywności bibliotek.

Keywords: romance, romance literature, marketing campaigns, informational campaigns, library service offerings, library promotion

Abstract: Romance literature, despite being undervalued by many, constitutes an integral part of the cultural landscape in various countries, including Poland. Its origins date back to centuries when societies transcribed tales of love, passions, and heart dilemmas onto paper. Contemporary romances, though often more complex and varied, still address these universal themes that captivate readers. Romance novels can also serve as a component in library marketing strategies; by utilizing books of this genre or specific literary motifs, libraries can diversify their offerings and craft compelling marketing messages. This article presents an overview of romance literature, including its types, history, and a brief characterization, within the context of the opportunities it offers librarians working on marketing campaigns to develop innovative service offerings. The review is based on subject literature and an analysis of library activities.

Wstęp

Od lat dziewięćdziesiątych XX w. na polskim rynku wydawniczym można zaobserwować dynamiczne zmiany w segmencie literatury romansowej, co wpływa także na ofertę bibliotek. Te zmiany, będące odbiciem globalnych trendów, ale też specyfiki krajowego rynku, stały się przedmiotem niniejszego artykułu. W jego ramach starano się omówić fenomen romansów, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości ich wykorzystania w promocji bibliotek oraz w celu urozmaicenia ich tradycyjnej oferty usługowej.

Jednym z ważniejszych elementów analizy było ustalenie wpływu tak zwanych harlequinów i romansów kieszonkowych na polski rynek wydawniczy oraz ofertę bibliotek. Harlequiny, jako jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek wydawniczych w segmencie literatury romansowej, od lat dostarczają czytelnikom historie miłosne w konkretnym, często schematycznym stylu. Warto postawić pytanie, jak wpływają one na odbiór i postrzeganie literatury romansowej w Polsce? Czy klasyczne wzory narracyjne harlequinów odpowiadają na oczekiwania polskiego czytelnika? Czy można zaobserwować tendencje do poszukiwania nowych, mniej konwencjonalnych opowieści miłosnych?

Nie można zapomnieć także o fenomenie romansów kieszonkowych, które choć często lekceważone przez krytyków, zdobyły szerokie grono oddanych fanów. Te niewielkie książeczki, dostępne w każdym kiosku, a następnie w licznych bibliotekach, stały się dla wielu wręcz synonimem literatury romansowej. Czym więc owe romanse kieszonkowe różnią się od innych form literackich? Jakie miejsce zajmują w sercach polskich czytelników?

W kontekście globalnych zmian społeczno-kulturowych oraz dynamicznie rozwijającego się rynku wydawniczego w Polsce, badanie literatury romansowej, jej czytelnictwa oraz oferty bibliotek staje się nie tylko ciekawym tematem badawczym, ale również ważnym elementem analizy współczesnych trendów kulturowych.

Czym jest literatura popularna?

Rozważania na temat romansu oraz jego użyteczności w bibliotekach należy zacząć od sprecyzowania, czym jest literatura popularna, do której zaliczany jest także romans. Typ literatury popularnej z samej definicji obejmuje utwory przeznaczone dla szerokiego kręgu czytelników, posiada bogatą historię i gromadzi w sobie różnorodne gatunki. Literatura ta charakteryzuje się kilkoma cechami, które przyczyniają się do jej szerokiej dostępności i zainteresowania nią. Są to między innymi:

- łatwość czytania (literatura popularna zazwyczaj pisana jest przystępnym językiem z prostą i płynną narracją, dynamiczną akcją, która utrzymuje zainteresowanie czytelnika);
- poruszanie powszechnych tematów, bliskich czytelnikom, związanych z miłością, przygodą, intrygą, rozwojem osobistym, walką dobra ze złem, stanowiących uniwersalne aspekty ludzkiego życia;

- płynne tempo i rozrywkowy charakter (dynamiczna akcja, napięcie – skupienie na emocjach i rozrywce czytelnika; wątki sensacyjne, przygodowe, humorystyczne);
- dostępność i rozpowszechnienie (jest to typ literatury łatwo dostępnej w księgarniach, bibliotekach, również w formie e-booków i audiobooków).

Należy jednak mieć na uwadze, że definicja literatury popularnej może być elastyczna i różnić się w zależności od kontekstu kulturowego i czasu. Pojęcie literatury popularnej pojawiło się i ewoluowało bowiem wraz z rozwojem literatury i kultury powszechnej na przestrzeni lat. Termin ten częściej zaczął być używany i zyskał na znaczeniu w XIX w. Wraz z rozwojem społeczeństwa przemysłowego i wzrostem czytelnictwa, zauważono potrzebę odróżnienia literatury popularnej od tzw. literatury wysokiej, uznawanej za prestiżową. W Polsce określenie to zaczęło być używane do opisywania twórczości takich pisarzy, jak Henryk Sienkiewicz czy Bolesław Prus, których dzieła były cenione przez krytyków, jak i czytelników z różnych grup społecznych. Wtedy też wykształcono, udoskonalono i rozwinięto odmiany literatury popularnej. Przykładowo z powieści historycznej wyłoniła się powieść wojenna, z powieści sentymentalnej – melodramat, a później różne odmiany powieści miłosnej. Zaszła też pierwsza typowa dla dzieł literatury jej komercjalizacja. Pierwszeństwo w produkcji wydawniczej uzyskały utwory aprobowane przez czytelników [10, s. 64–66; 39, s. 310–312].

Wraz z rozwojem literatury masowej i mediów (czasopism, gazet *etc.*) literatura popularna stała się trwałym i istotnym elementem kultury czytelniczej. Obejmuje ona w większości książki, które mają na celu zapewnienie rozrywki, emocji i relaksu. Jednak pojęcie to wciąż się rozwija. Gatunki, style i tematy nadal się zmieniają, dostosowując do upodobań czytelników oraz kontekstu społecznego i kulturowego. Najpopularniejszymi są:

- powieść sensacyjna/thriller, w ramach których rozwinęło się wiele podgatunków – thriller psychologiczny, sensacja medyczna, kryminał, thriller szpiegowski;
- powieść historyczna;
- literatura fantastyczna, która obejmuje fantastykę naukową/sci-fi, fantasy, horror;
- literatura młodzieżowa;
- powieść romantyczna/obyczajowa.

Oczywiście są to tylko niektóre przykłady gatunków popularnych w Polsce, bo przecież można by również wymienić westerny, które właściwie wyszły już z mody, bądź teksty nieliterackie, takie jak na przykład senniki, czy poradniki, które także dostępne są na półkach bibliotek.

Produkcja, dystrybucja i odbiór literatury popularnej

Kluczową cechą literatury popularnej jest to, że spełnia ona zazwyczaj oczekiwania czytelników. Autorzy tego typu utworów bardzo często nastawieni są na zaspokojenie potrzeb swoich odbiorców, nierzadko wchodząc z nimi w interakcje, także w ramach różnego rodzaju imprez czytelniczych organizowanych przez księgarnie, wydawnictwa czy biblioteki

[szerz. zob. 35]. Zdarza się, że odkładają na bok swoje ambicje o indywidualnej i oryginalnej ekspresji twórczej na rzecz sukcesu wydawniczego i zadowolenia czytelników. Wielu z nich dopiero po kilku próbach otrzymuje aprobatę wydawnictw, co może przynieść sukces, także ten finansowy. Największym wyróżnieniem i korzyścią, dla twórców tego typu literatury jest uznanie ich dzieła za bestseller [39, s. 313–314].

W obecnych czasach bestsellerem określane są książki, które zyskują uznanie czytelników, a co za tym idzie – sukces na rynku, który da się zauważyć poprzez liczbę sprzedanych egzemplarzy i zyski, jakie przynoszą [39, s. 32]. Książki uznane powszechnie za bestsellery częściej też pojawiają się w księgozbiorach bibliotecznych – bądź to z inicjatywy bibliotekarzy, bądź też samych czytelników, którzy proszą o ich zakupienie. Z drugiej zaś strony biblioteki, organizując spotkania z autorami, mogą w pewnym stopniu przyczynić się do popularyzacji ich twórczości.

Ważną rolę w wykreowaniu silnej pozycji książki na rynku, oprócz autora, pełni także wydawnictwo. Jest ono pośrednikiem między autorem a czytelnikiem, a także przedstawicielem potrzeb tych drugich. Jego zadaniem jest maksymalizacja zysków, dzięki wzbudzeniu zainteresowania poprzez dobrą promocję książki i atrakcyjne formy dystrybucji. Kroki podejmowane przez wydawnictwa powinny być starannie zaplanowane. Od kosztów produkcji, wybrania odpowiedniego tytułu, formatu, okładki, napisania zachęcającego blurba, po sposób reklamowania. Wszystkie te działania mają wpływ na późniejszy odbiór produktu, który musi przyciągnąć nabywcę swoją tematyką, wyglądem, chwytliwym hasłem, recenzjami czy też po prostu ceną. Literatura popularna czytana jest dla rozrywki, „zabicia czasu”, ucieczki od problemów, codzienności. Cenionymi przez odbiorców aspektami, oprócz cech wizualnych, są wrażenia i emocje dostarczone w czasie lektury, silne kontrasty (dobro-zło, życie-śmierć itp.), brak nużących opisów, konkretność zdarzeń i wiele innych [39, s. 314–315].

Powszechnym zjawiskiem jest tworzenie grup miłośników kryminału, sci-fi, fantasy, romansu, horroru, literatury wojennej itd. Powstają więc kluby książkowe, które prowadzą regularne spotkania, chociaż w obecnych czasach częściej takie kluby/grupy działają na portalach społecznościowych. Logując się na tak zwane social media, z łatwością można znaleźć grupę czy też konto, które są poświęcone danemu gatunkowi literatury bądź ogólnie książkom. Użytkownicy dzielą się tam swoimi opiniami i przemyśleniami na temat ostatnio przeczytanych pozycji oraz szukają rekomendacji książek odpowiadających ich wymaganiom. Podobnie w bibliotekach organizowane są spotkania miłośników książki, dyskusje, prezentacje czy spotkania z autorami różnych gatunków. Placówki te, chcąc zmienić swój image, sięgają też coraz częściej po narzędzia elektroniczne, przygotowując m.in. profile bądź kanały w mediach społecznościowych, poświęcone własnej pracy oraz samej literaturze, także tej popularnej [31; 26]. Za sprawą mediów społecznościowych i komunikacji elektronicznej zwiększa się również zasięg tzw. marketingu szeptanego, który ma w promocji książki olbrzymie znaczenie [33], rośnie także rola merchandisingu elektronicznego, a więc wizualnej promocji biblioteki [34]. Biblioteka, która chce być nowoczesną i atrakcyjną dla czytelników placówką, musi być mobilna – w sensie elektronicznym, ale także w zakresie otwartości na przygotowywanie nowych, interesujących usług oraz form obsługi klienta [szerz. zob. 30].

Literatura romansowa nieodłącznym elementem literatury popularnej. Krótka historia romansu

Mówiąc o literaturze popularnej, nie można pominąć literatury romansowej, potocznie zwanej romanssem. Na przestrzeni lat jej znaczenie i forma zmieniały się. Początkowo romans oznaczał dłuższe opowiadanie z wątkiem heroiczno-rycerskim oraz miłosnym. Później, w pierwszej połowie XIX w., nazywano tak większą formę narracyjną. Jednak z czasem wyparła ją powieść. Wówczas pojęcie romansu zostało przypisane do utworów nacechowanych niezwykle postaciami i fabułą utrzymaną w tematyce miłosnej. Romans rozwijał się tak na marginesie literatury elitarnej do końca XIX w., a w latach czterdziestych i pięćdziesiątych zaczął wchodzić w krąg literatury popularnej – to wtedy utrwalił się wzorzec popularnego romansu, który zdecydowanie różnił się od literatury wysokiej [39, s. 535–536; 17, s. 45–48]. Żeby zrozumieć, jak bardzo zmieniło się postrzeganie i definicja znanego nam dzisiaj romansu, wymienione zostaną jego najważniejsze cechy, charakteryzujące go na przestrzeni czasu.

Historia gatunku sięga starożytności. Wtedy powieść grecka łączyła w sobie przygodę i miłość, a schematy jej fabuły do dziś mają duży wpływ na kulturę masową. W średniowieczu miłość została przypisana sferze duchowej – była więc przede wszystkim czysta, wybacząca, idealna, tristaniczna. Renesans docenił cnotę, spokój ducha i harmonię, jednak chwalił także życie i jego zmysłowe rozkosze. W XVII w. bohaterkę uczyniono obiektem do zdobycia przez głównego bohatera. Pojawił się też model kobiety fatalnej, modliszki itp. Później sławę przejęła powieść sentymentalna, która zdecydowanie różniła się od średniowiecznych i renesansowych romansów. Nacisk został w niej położony na przedstawienie uczuć bohatera, które rządzą jego życiem. Miłość często była opisywana jako dar od siły wyższej. Była czysta, cnotliwa, ale też trudna. Pojawił się także model małżeństwa, które stało się wyraźnie pożądane przez postacie kobiece. W XIX w. nastąpił punkt zwrotny. Jane Austin oraz siostry Brontë ukazały wtedy bohaterki, które potrafią odtrącić swoich zalotników, ale też dały im prawo do uczucia, wyznania go ukochanemu i możliwość działań, aby to uczucie spełnić. Z czasem męski bohater zaczął odgrywać mniejszą rolę, lecz wciąż musiał zachwycać, zarówno swoją partnerkę, jak i czytelniczkę, wyglądem, pozycją społeczną czy intelektem [39, s. 536–538; 17, s. 17–48; 23, s. 5–6, 43; 16, s. 184–190].

W pierwszych dziesięcioleciach XX w. powstały powieści zeszytowe. Większość utworów posiadała wątki melodramatyczne i bardzo często realizowały one schemat fabularny Pięknej i Bestii oraz Kopcjuszka. Widoczna była tu intertekstualność romansu – polski romans popularny sytuował się obok literatury wysokiej. Naśladował i wzorował się na przedstawionej w niej miłości i modelach bohaterów. Nawiązywano również do mitów, baśni czy folkloru.

Dzięki rozwojowi druku, umasowieniu wydawnictw zajmujących się literaturą popularną, które często związane były z zakładami prasowymi, pojawieniu się filmu i ograniczeniu analfabetyzmu, gatunek bardzo intensywnie rozwinął się w dwudziestolecie międzywojennym i odciął od twórczości wysokoartystycznej. W przypadku niektórych czytelników zaczął pełnić funkcje terapeutyczne. Zdołał też rozprzestrzenić się na inne obszary społeczne [39, s. 538–546; 17, s. 48–54].

Po II wojnie światowej, wraz z dalszym rozwojem techniki i przemianami społecznymi (zanik analfabetyzmu, emancypacja kobiet), pojawiły się możliwości masowej dystrybucji i odbioru romansu. Okazję tę świetnie wykorzystało założone w 1949 r. kanadyjskie wydawnictwo Harlequin, które w Polsce funkcjonowało od 1991 r. Oficyna wydawała książki masowo. Były krótkie, a ich fabuła bardzo monotematyczna, przez co czytelnicy nie przykuwali uwagi do nazwisk autorek ani samych tytułów. Obok harlequinów istniała też druga odmiana romansów, w których to nazwisko autorki miało znaczenie – nazywane były romansami „środką”. Jednakże trudno jest wyznaczyć wyraźną granicę pomiędzy jednymi a drugimi [39, s. 342; 17, s. 54–56].

Na przestrzeni lat można było zaobserwować zmiany społeczne i kulturowe, wraz z którymi zmieniał się również gust czytelnika, a co za tym idzie – treść, klimat i priorytety powieści romansowych. Wydawnictwo Hachette Polska (pierwotnie Hachette Livre Polska), założone w 2000 r., przygotowało serię nazwaną *Romanse wszech czasów*, która świetnie odzwierciedlała te przemiany. Seria została zaplanowana na 80 tomów. Hasłami reklamowymi były: „pierwsze w historii dzieła, które na zawsze uwolniły kobiety z gorsztów”, „nieprzemijająca wartość” czy też „kolekcja najpiękniejszych powieści o miłości” [13]. W oparciu o tytuły wybrane do serii, jak i korzystając z opinii badaczy, warto wymienić niektóre z ważniejszych romansów, które przyczyniły się do rozwoju gatunku. Są to zatem *Pamela, czyli cnota nagrodzona* autorstwa Samuela Richardsona, wydana po raz pierwszy w 1740 r., uważana za jedną z pierwszych nowoczesnych powieści w literaturze angielskiej; *Duma i uprzedzenie* z 1813 r., która jest jedną z najbardziej cenionych i znanych powieści Jane Austin, ukazującą społeczne i małżeńskie obyczaje wśród angielskiej klasy średniej pod koniec XVIII w.; *Dziwne losy Jane Eyre*, napisana przez Charlotte Brontë w 1847 r. o miłości, samodzielności, determinacji i walce o własne miejsce w społeczeństwie silnej i niezależnej kobiety; *Trędowata* autorstwa Heleny Mniszkówny, wydana w 1925 r. będąca jednym z najważniejszych dzieł w polskiej literaturze międzywojennej, stanowiąca głębokie studium charakterów, ilustrujące relacje międzyludzkie.

Choć wspomniane tytuły to niewątpliwie kamienie milowe w historii romansu, warto podkreślić, że stanowią jedynie pewien wybór istotnych tekstów, które przyczyniły się do kształtowania kanonu literatury romansowej. Każde z tych dzieł wniosło znaczący wkład do ewolucji gatunku, definiując pewne standardy narracyjne i tematyczne oraz inspirując kolejne pokolenia badaczy i czytelników. W obszernym korpusie literatury romansowej nie brakuje jednak innych, równie ważnych powieści, które zasługują na uwagę.

Odmiany romansu kiedyś i dziś. Najpopularniejsze motywy w romansach

Na przestrzeni wieków romans popularny miał wiele odmian, które z pewnością różniły się od tych dzisiejszych, lecz mimo to wciąż można dopatrywać się w nich wspólnych czynników. Nowoczesne romanse do pewnego stopnia inspirowane są dawnymi, ale przez zmiany społeczne i kulturowe stały się odmienne. Aby rozmawiać o współczesnych gatunkach, należy więc najpierw wspomnieć o ich poprzednikach.

Te kierowane do kobiet musiały spełniać ich wymogi i oczekiwania. Stąd **romans sentymentalny**, który skupiał się przede wszystkim na przedstawieniu uczuć, emocji i moralności bohaterów. Charakterystyczną cechą był nacisk kładziony na wyrażenie miłości, tęsknoty i niezwyklej wrażliwości postaci. Bohaterowie stawiani byli ciągle przed różnymi konfliktami moralnymi i dylematami. Musieli wybierać pomiędzy uczuciami a moralnością czy obowiązkami. Ich uczucie przedstawione jako droga do doskonałości moralnej było siłą, która pomagała im się rozwijać. Innymi elementami występującymi w tym podgatunku były też pejzaże słowiańskie, listy i pamiętniki oraz przyjaźń i platoniczna miłość [39, s. 540; 23, s. 51]. Podobnie było z **romansem dworkowym** – obecne były w nim opisy przyrody i krajobrazu, trudności miłosne, ale również szlacheckie tło społeczne, jego wartości i etykieta. Kochankowie często zmagali się z konfliktami klasowymi. Analogicznie zbudowane były **romanse z życia sfer wyższych** – były to historie nieszczęśliwe, które opowiadały o nieudanych lub przymusowych małżeństwach. Komplikacje, jakie napotykali bohaterowie, były najczęściej spowodowane przez różnice społeczno-obyczajowe. Powieści te skupione były na emocjach i problemach płci pięknej, przez co stały się powodem do rozmów na temat emancypacji kobiet. W **romansie salonowym** ważnym elementem było z kolei tło miejskie. Akcja toczyła się w salonach, teatrach, restauracjach itp. Miejsca te były idealnym tłem do przedstawienia wszelkiego rodzaju intryg towarzyskich, kwestii społecznych i obyczajowych. Dialogi bohaterów ukazywały ich umiejętność dyskusowania, ale też złożone charaktery. **Romansy buduarowe** z kolei odkrywał tajemnice wewnętrznego życia kobiet i stawiał je w centrum uwagi. Wątek rozgrywał się najczęściej w prywatnych wnętrzach, co sprzyjało ukazywaniu intymności, tajemnic, marzeń, a nawet lęków bohaterek. Ważne były relacje nie tylko między parami heteroseksualnymi, ale też między płcią piękną – zarówno przyjacielskie, jak i te bardziej intymne. Łamane były tematy tabu, takie jak emancypacja kobiet, niewierność i pragnienia seksualne. Współczesnym odpowiednikiem tej odmiany jest romans erotyczny, nazywany też pornograficznym. Innym rodzajem powieści miłosnych były **romanse kresowe** i **antybolshewickie**. Najważniejsze w nich było przedstawienie tła historycznego, konfliktów narodowościowych, walki o niepodległość i tęsknoty za utraconym domem. Relacje bohaterów rozwijały się w trudnych warunkach wojennych, co dodawało dramatyzmu ich miłości [39, s. 340–341; 23, s. 51].

Współczesny romans odbiega od omówionych odmian historycznych. Najbardziej oczywistym przykładem jest różnica w przedstawieniu tła społecznego i kulturowego. Życie arystokracji i klas wyższych zastępowane jest dziś bardziej zróżnicowanym tłem. Bohaterowie pochodzą z różnych środowisk kulturowych, religijnych i etnicznych, przez co mogą odkrywać nowe formy związków i relacji społecznych. Dynamika stosunków między partnerami również uległa zmianie. Postacie kobiece potrafią być silne i niezależne. Nie są już tylko obiektem miłości czy „damą w opałach”, potrzebującą ochrony męczyzny, co odzwierciedla postępującą emancypację kobiet (trzeba jednak zaznaczyć, że schemat ten nie został całkowicie porzucony). Zmieniła się również tematyka i konflikty. Oprócz tych związanych z zazdrością czy nieodwzajemnioną miłością, są również te mające związek z pracą, codziennym życiem czy oczekiwaniami społeczeństwa. Miłość nie jest już tylko siłą dźwigającą moralne wyzwania. Współczesne romanse dążą do większego realizmu i autentyczności w przedstawianiu emocji i relacji opartych na równości i wzajemnym zrozumieniu.

Dzięki temu czytelnicy łatwiej utożsamiają się z bohaterami i ich doświadczeniami [23, s. 11, 17–20; 39, s. 543].

Romans jako gatunek jest bardzo płynny. Nie ogranicza zakresu swojej fabuły, ram czasowych, miejsc. Odznacza się wyjątkową różnorodnością, przez co jego odmiany powiązane są niekiedy z innymi gatunkami literackimi, ale też między sobą. Najliczniej reprezentowaną odmianą jest **romans współczesny**. Jego akcja osadzona jest w dzisiejszych realiach i kulturze. Świat, w którym żyją bohaterowie, jest taki sam jak ten czytelnika. Dzięki temu relacje między nimi są bardziej zrozumiałe i dostępne. Postacie stają przed rzeczywistymi problemami i wyzwaniem, z którymi mogą się utożsamiać także odbiorcy książek. Elementy zawarte we współczesnych powieściach pozwalają ponadto na identyfikację w czasie. Czytelnik jest w stanie rozpoznać, w jakim mniej więcej okresie osadzeni są bohaterowie, chociażby poprzez opisy technologii, która ich otacza (telefony komórkowe, media społecznościowe itp.) [23, s. 43–45]. Sama lektura jest źródłem rozrywki, ale także pozwala na refleksje nad współczesnymi normami.

Z kolei **romans historyczny** przenosi odbiorców w odległe dla niego czasy i miejsca, często sięgając do różnych epok. Nacisk postawiony jest tu na odwzorowanie niegdyś obyczajów, norm społecznych i ogólnej atmosfery. Wydarzenia historyczne, które mają miejsce w tle utworu, wpływają na życie bohaterów. Miłość jest dla nich spoiwem, gdy wspólnie pokonują przeszkody, aby być razem. Ta odmiana gatunku może być też źródłem edukacji o danej epoce, wydarzeniach, ludziach czy nawet kostiumach i architekturze [22], choć większość informacji ma powtórkowy i mało wnikliwy charakter, zdarza się też, że są błędne lub nieścisłe.

Następne dwie odmiany gatunku bardzo się ze sobą zazębiają – do tego stopnia, że ich nazwy często stosowane są naprzemiennie. Mowa o **romansie paranormalnym i fantastycznym**. Łączą one w sobie elementy nadprzyrodzone, fantastyczne lub science fiction z tematem miłości. Pojawiają się w nich istoty i/lub zjawiska nadprzyrodzone, takie jak wampiry, wilkołaki, duchy, anioły czy wróżki. Bardzo często sami bohaterowie są ich przedstawicielami. Nieraz też wybraniek jest stworzeniem innej rasy. Ich losy pełne są epickich wydarzeń i przygód, konfliktów i przeciwności, które muszą pokonać, aby być razem. Wszechobecne są elementy magii, technologii przyszłości lub innych fantastycznych conceptów [22].

Romans kryminalny z kolei jest połączeniem powieści miłosnej z elementami tajemnicy i zbrodni, ale to miłość i relacje między bohaterami odgrywają najważniejszą rolę. Zagadki, morderstwa, intrygi, tajemnicze wydarzenia i widmo niebezpieczeństwa są tłem dla głównego wątku. Czytelnik przygląda się śledztwom, w trakcie których dochodzi do procesu zmiany i rozwoju – tak samo jak rozwija się uczucie. Tego typu historie są kombinacją napięcia, adrenaliny oraz namiętności [22].

Najbardziej kontrowersyjnym wydaje się romans erotyczny, który skupia się na elementach seksualnych i namiętnych relacjach między partnerami. Sceny miłosne i opisy fizycznej bliskości są centralnymi elementami tego typu powieści. Opisy te są tutaj bardziej wyraźne i szczegółowe niż w innych rodzajach romansu [22]. Postacie często posiadają silne potrzeby i pragnienia. Przedstawione sceny ukazują różne style i preferencje seksualne.

Wśród tytułów tej odmiany gatunku można znaleźć takie, które ukazują kwestie równości płci, akceptacji różnorodności seksualnej i tożsamości płciowej oraz zdrowego i bezpiecznego seksu.

Zdecydowanie mniej seksualnych treści prezentują romanse młodzieżowe, często określane jako **romanse young adult**. Skupiają się one na relacjach między bohaterami w wieku młodzieńczym. Kierowane są głównie do młodszych czytelników, choć starsi też mogą czerpać przyjemność z takiej lektury [22]. Postacie doświadczają w nich swoich pierwszych miłosnych uczuć i relacji. Dorastają, odkrywają swoją tożsamość i szukają swojego miejsca na ziemi. Stawiają czoła różnym przeciwnościom losu – różnicom społecznym, konfliktom rodzinnym, presji rówieśników i trudnościom związanym z dorastaniem. Obok przyjaźni, rodziny i szkoły, to miłość jest centralnym motywem fabuły. Romanse YA obejmują szeroką gamę tematów i niekiedy nawiązują nimi do wcześniej wymienionych odmian gatunku – od romansów paranaukowych i fantastycznych po historyczne i współczesne. Utwory tego podgatunku pomagają młodym ludziom poznawać i rozumieć swoje własne uczucia i doświadczenia. Często dostarczają także ważnych przekazów o szacunku, równości i akceptacji drugiego człowieka.

Podsumowując, przedstawiono jedno z najbardziej popularnych odmian romansu, który nieustannie się rozwija. W kontekście zmian należy wspomnieć jeszcze o jednym bardzo ważnym aspekcie porządkowania tego rodzaju twórczości piśmienniczej. Czytelnicy, wydawnictwa i sieci sklepów, oprócz posługiwania się kategoriami podgatunkowymi, upodobałi sobie używanie do tego celu motywów, które występują w książkach. Owe motywy często nazywane są z języka angielskiego tropami. Można je znaleźć w niemal każdym rodzaju literatury, ale to właśnie romans najbardziej słynie z dostarczania czytelnikom poszukiwanych scenariuszy historii. Ich czytelnicy mają często tendencję do sięgania po te pozycje, które wydają się znajome. Właśnie dlatego tropy stały się bardzo efektywną formą reklamy. Bardzo często przedstawiane są w języku angielskim i w formie hashtagów. Mogą dotyczyć bohaterów – ich charakterów, dynamiki między nimi czy nawet profesji zawodowej, a także okoliczności ich spotkania, świata przedstawionego itp. Przeglądając portale społecznościowe i strony internetowe wydawnictw oraz sklepów dystrybuujących książki, możliwe było wyselekcjonowanie tych tropów, które powtarzają się najczęściej i wydają się najbardziej popularne.

Zdecydowanie regularnie wykorzystywanym motywem jest motyw „**od wrogów do kochanków/od nienawiści do miłości**” (z języka angielskiego *enemies to lovers/hate to love*). Jak sama nazwa wskazuje, główni bohaterowie z początku nie pałają do siebie sympatią (zazwyczaj spowodowane jest to jakimś nieporozumieniem). Z czasem udaje im się pokonać różnice, jakie ich dzielą, a wszystkie negatywne uczucia przekształcają się w miłość. Ten trop często idzie w parze z innymi, jak na przykład „**wymuszona bliskość**” (z angielskiego *forced proximity*), który ma sprawić, że bohaterowie się do siebie zbliżą. W opozycji stoi natomiast model „**od przyjaciół do kochanków**” (z angielskiego *friends to lovers/childhood friends to lovers*). Początkowo czysto koleżeńska relacja przeradza się w coś więcej. W naturalny i niewymuszony sposób bohaterowie zbliżają się do siebie – ich miłość rozwija się powoli, na

gruncie wzajemnego szacunku i zaufania, ale nie znaczy to, że ten proces musi być dla nich prosty. Mogą bić się z myślami, bać się utraty przyjaciela bądź odrzucenia.

Obok motywów odnoszących się bezpośrednio do relacji między bohaterami, pojawiają się też te, które mają związek z sytuacjami, w jakich się znaleźli. Można do nich zaliczyć „**udawany związek**” (z angielskiego *fake relationship*), gdzie główne postacie z jakichś powodów decydują się udawać parę, choć tak naprawdę nie łączą ich żadne uczucia. Robią to, żeby wzbudzić w kimś zazdrość, uniknąć nacisków ze strony rodziny czy dla korzyści biznesowych. W trakcie realizowania swojego planu są blisko siebie, poznają się i w pewnym momencie uświadamiają sobie, że ich uczucie do „wspólnika” rośnie. Natomiast w powieściach z wątkiem „**drugiej szansy na miłość**” (z angielskiego *second chance love*) zwykle pojawia się jeden bądź dwóch bohaterów, którzy byli wcześniej w związku, ale z jakiegoś powodu go zakończyli. Przeszłość stanowi tutaj element, który jest powodem wyrzutów sumienia, bólu, strachu przed nową relacją i budzi wątpliwości. Przechodząc przez te wszystkie trudności, z pomocą drugiej osoby kochankowie są w stanie uzdrowić stare rany i zacząć żyć terazniejszością. „**Trójkąt miłosny**” (z angielskiego *love triangle*) jest popularny w literaturze romansowej, ale jednocześnie nieco kontrowersyjny. Opowiada o bohaterze lub bohaterce, którzy mają uczucia do dwóch różnych osób jednocześnie, bądź dwie osoby są nim/nią zainteresowane w tym samym czasie. Często dwie osoby, które tworzą ten trójkąt, reprezentują różne aspekty życia głównej postaci. Staje wtedy ona przed trudnym wyborem, kogo tak naprawdę kocha i co jest dla niej najważniejsze. Takie okoliczności są w stanie stworzyć intensywne napięcie, które lubi tak wielu czytelników.

Istnieje jeszcze wiele innych motywów, które budzą zainteresowanie wśród fanów romansów, np. różnica wieku, zakazana miłość, ze sportem w tle, romans biurowy, mafijny, lekarski itd. Tak samo jak sam gatunek, przechodzą one ciągłą ewolucję. Pokazują trudności, zmartwienia ludzkiego serca, odzwierciedlają przemiany w pojmowaniu miłości. W kolejnych latach, wraz z rozwojem kulturowym i społecznym, z pewnością nadal będzie można obserwować zmieniające się trendy w motywach, które wszystkie razem tworzą obraz definiujący gatunek romansowy. Omówione tropy mogą stanowić punkt wyjścia dla działań marketingowych biblioteki, mogą także w jakiś sposób korelować z jej działaniami w celu zainteresowania i pozyskania czytelnika. Przykładowo literatura YA mówiąca o potrzebie zrozumienia inności, wsparcia czy akceptacji może być promowana wraz z podobnymi wykładami dla tejże młodzieży, przygotowanymi w kooperacji z psychologiem. Trzeba jednak pamiętać, że nie każdy temat może być przez bibliotekę swobodnie wykorzystany, a niektóre zagadnienia, zwłaszcza te bardziej kontrowersyjne, mogą budzić oburzenie niektórych grup czytelników, choć także motywować ich do dyskusji – zatem spotkania dyskusyjne dotyczące książek zawierających drażliwe zagadnienia mogą okazać się niezwykle burzliwe, co oznacza jednak, że literatura jest źródłem fermentu i punktem wyjścia do dalszych polemik.

Budowa, cechy i podstawowe zasady współczesnego romansu

Miłość, pasja, napięcie i nieuniknione przeszkody, które muszą zostać pokonane, by dwoje ludzi mogło znaleźć wspólne szczęście – to esencja romansu, który jest bardzo rozpoznawalnym i lubianym na świecie gatunkiem literackim. Choć w swej współczesnej formie jest stosunkowo młodą i płynną formą, to wciąż opiera swoją budowę na dawnych schematach. Pamela Regis w książce pod tytułem *A natural history of the romance novel* podaje definicję tego gatunku. Według autorki „powieść romantyczna to dzieło prozatorskie, które opowiada historię załotów i zaręczyn jednej lub więcej bohaterów” [24, s. 31], ale zaznacza, że musi spełniać też pewne warunki strukturalne. Wymienia osiem niezbędnych narracyjnych elementów, bez których historia nie może być nazywana romansem.

Pierwszym podstawowym punktem jest nakreślenie świata przedstawionego [24, s. 39]. Autor powinien zdefiniować społeczeństwo, ukazać zasady i realia, w jakich żyją bohaterowie. Przedstawia jego wady, skorumpowanie i ingerencję w przyszłą relację protagonistów – ogranicza ich, uciesnia. W niektórych książkach, takich jak harlequiny, świat przedstawiony jest ledwo zarysowany, a wiodące postacie są jedynymi, jakie poznaje czytelnik. Często w tym momencie, jeszcze na początku powieści, dochodzi do ich pierwszego spotkania [24, s. 40]. Dzieje się ono w czasie rzeczywistym dla akcji bądź w formie retrospekcji. Już wtedy można powoli zaobserwować rysującą się przeszkodę czy też konflikt, który nastąpi później [24, s. 40–42]. Wszystkie następujące wydarzenia powoli pokazują, z jakich powodów para nie będzie mogła być razem. Sama bariera może mieć formę wewnętrzną, gdzie problemem są uczucia, dylematy jednego z bohaterów (najczęściej kobiety), lub zewnętrzną, gdzie to okoliczności stają się przeszkodą – sytuacja finansowa/bytowa, geograficzny dystans, zasady społeczne i wiele innych. Niemniej cały czas widoczne jest rosnące między bohaterami uczucie [24, s. 42], które może mieć podłoże w przyjaźni, wspólnych celach albo też trudnościach lub po prostu w pociągu seksualnym. Do deklaracji miłości może dojść w każdym momencie historii, nie ma co do tego zasady [24, s. 42–43]. Może to być miłość od pierwszego wejrzenia albo moment uwieczniający koniec komplikacji, z jakimi mierzyli się bohaterowie. Zdaniem Regis w każdym romansie powinien również nastąpić moment „rytualnej śmierci” [24, s. 43–45]. Jest to punkt, w którym to wydaje się, że kochankowie utknęli w sytuacji bez wyjścia, a szczęśliwe zakończenie nie jest już takie pewne. Jednak zarówno bohaterowie, jak i czytelnik otrzymują nową informację, dzięki której dochodzi do rozwiązania problemu [24, s. 45–46]. Bardzo często dotyczy ona kobiecej postaci, zwłaszcza gdy podłożem były jej wewnętrzne przeżycia i emocje. Zaczyna ona rozumieć siebie, dostrzega szczerą i prawdziwą uczuć ukochanego oraz otwarcie je odwzajemnia. Finalnym elementem i jednocześnie perfekcyjnym zakończeniem powinny być zaręczyny dwójki bohaterów [24, s. 46–47].

Autorka wymienia jeszcze trzy inne aspekty, które często pojawiają się w romansach, ale zaznacza, że ich obecność nie jest obowiązkowa. Są nimi ślub, taniec lub/i uroczystość (Regis traktuje je jako jeden punkt), a także wygnanie „kozła ofiarnego” (którym jest postać przeciwna związkowi dwójki bohaterów) lub jego nawrócenie/przemiana [24, s. 47–48]. Wyznaczone przez Regis ramy, mimo że bardzo sztywne, zdają się dobrze definiować wcześniejszą formę omawianego gatunku, choć w dzisiejszych czasach wzór ten jest naginany.

Jedną z kluczowych i najbardziej zauważalnych zmian jest brak konieczności szczęśliwego zakończenia i stereotypowych zaręczyn. Współcześni pisarze literatury romansowej, idąc za ewolucją społeczną i kulturową, eksperymentują z formułą, wprowadzają nowe elementy, mieszają ze sobą gatunki, bawią się konwencjami. Niemniej jednak wciąż w pewnym stopniu opierają swoją twórczość na omówionym schemacie. Warto nadmienić, że regularnie pojawiającym się w romansach wątkiem są książki, biblioteka oraz bibliotekarze, choć nie w każdym przypadku w pozytywnym ujęciu. Zdarza się, że powielane są i utrwalane stereotypy dotyczące samej instytucji, jak i wyglądu oraz zachowania jej pracowników – zarówno bibliotekarek, jak i bibliotekarzy [szerz. zob. 15].

Romans jako literatura kobieca

Czym jest literatura kobieca? Wbrew pozorom jest to bardzo trudne pytanie, które nurtuje zarówno czytelników, jak i badaczy. Nie istnieje jedna spójna, uznawana przez wszystkich definicja, a nawet pojawiają się głosy, że jej nie ma lub że nie powinno się używać tego określenia. To ostatnie stwierdzenie wiąże się z problem wyznaczenia granicy między literaturą kobiecą a męską, a także z zarzutem stosowania tego pojęcia wyłącznie w celach reklamowych. Czy zatem istnieje coś takiego jak literatura kobieca? Wydaje się, że tak – skoro pojawiają wydarzenia z nią związane – na przykład Festiwal Literatury Kobiecej „Pióro i Pazur”. Literatura ta wyłania się jako ważne i często niedoceniane źródło perspektywy, doświadczenia i ekspresji.

Po raz pierwszy pojęcie to pojawiło się w drugiej połowie XIX w., kiedy to zauważono dzieła tworzone przez kobiety. Od samego początku, wchodząc w dotychczasowy męski świat literatury, pisarki spotykały się z krytyką. W okresie dwudziestolecia międzywojennego Irena Krzywicka zarzucała im zbytnią drobiazgowość, ozdobność wypowiedzi i nadużywanie metafor. Z drugiej strony słychać było głosy przeciwnie. Stanisława Przybyszewska uznała, że kobiety co najwyżej używają charakterystycznego nacechowania stylistycznego, które nie pojawia się w powieściach tworzonych przez mężczyzn, a stosowane przez panie metafory są formą obrony przed negatywnymi komentarzami [20, s. 122]. Aleksandra Złotnicka przytoczyła w swojej pracy, podobny zresztą, pogląd Elizy Orzeszkowej. Twierdziła, że najważniejsze są talent, umiejętności i pracowitość autorek, a także że nie powinno się oceniać ich twórczości przez pryzmat płci [38, s. 67]. Jednak trzeba podkreślić, że nie zawsze płeć autorki uważana jest za czynnik klasyfikujący dany utwór do kategorii literatury kobiecej. Zwłaszcza w latach dziewięćdziesiątych XX w. dyskusja na ten temat bardzo się ożywiła. Powodem był wzrost twórczości kobiet na polskim rynku wydawniczym. To wiązało się z nowymi próbami definicji tego zjawiska, ale też w ogóle próbami dowodzenia jego nieistnienia. Konsekwencją był znaczny wzrost ilości badań, jakie powstały na ten temat i rozpowszechnienie perspektywy płci w literaturze.

Twórczość kobiet z jednej strony była postrzegana jako bunt przeciwko tradycjom patriachalnym i chrześcijańskim, a z drugiej zauważono – w szczególności w romansach – schematyzację kobiecości i utrwalanie jej stereotypów [38, s. 61–64]. Trochę inną propozycję rozumienia omawianego dyskursu zaproponowała Grażyna Borkowska w swoim

tekście *Metafora drożdży: co to jest literatura/poezja kobieca*, gdzie pisała: „wszędzie tam, gdzie akcentuje się płciowość podmiotu mówiącego, wszędzie tam, gdzie ujawnia się związek między ciałem a tekstem – mamy do czynienia z przypadkiem literatury/poezji kobiecej. Bez względu na biologiczną płć faktycznego autora” [4, s. 44]. Podobnie zdaniem Ewy Krasowskiej najważniejszym wyznacznikiem są wyraziste, dokładnie skonstruowane postaci bohaterki lub kilku bohaterek [20, s. 124]. Te stwierdzenia zdecydowanie poszerzają rozumienie literatury kobiecej, ale na pewno nie kończą dyskusji na jej temat. Można przecież znaleźć wiele rozmaitych badań, w których dochodzono do innych wniosków. Helene Cixous w swojej pracy zatytułowanej *Śmiech Meduzy* mówi: „nie da się zdefiniować sposobu kobiecego pisania [...], jest to niemożliwość wynikająca z samej jej istoty i w przyszłości też tak pozostanie, bo nie da się steoretyzować tej działalności, zamknąć jej, poddać regułom, co nie oznacza, że jej nie ma!” [7, s. 155]. Dyskusja na temat istnienia literatury kobiecej i jej właściwości nie jest zakończona. Nie wiadomo też, czy kiedyś będzie można ją zamknąć. Mimo to na potrzeby artykułu zostanie roboczo przyjęta następująca definicja: literatura kobieca jest literaturą pisaną przez kobiety i o kobietach, o ich doświadczeniach, triumfach i tragediach, a więc o ich życiu, które w historii było bardzo często pomijane.

Szczególnie żywa jest debata, w której literaturę kobiecą rozpatruje się w kontekście feminizmu (to także ciekawe zagadnienie, które mogą podjąć biblioteki w ramach rozmaitych zajęć, warsztatów czy dyskusji z czytelnikami). Dla wielu rola romansu jest niejednoznaczna i przez to stanowi temat licznych kontrowersji. Aby zagłębić się w to zagadnienie, należałoby najpierw przyrzeć się definicji ruchu feministycznego. *Encyklopedia PWN* podaje, że jest to „nazwa bardzo szerokiego ruchu o charakterze politycznym, społecznym, kulturowym i intelektualnym, którego różne orientacje, szkoły, teorie i badania łączy wspólne przekonanie, że kobiety były i są przedmiotem dyskryminacji” [8]. Feministki walczą o prawa kobiet, o ich pozycję w społeczeństwie, o to, by miały te same możliwości i szanse życiowe co mężczyźni. Badają i szukają przyczyn braku równouprawnienia oraz wizji, w której to kobieta jest tą „inną i gorszą”.

Zdania krytyki feministycznej na temat literatury kobiecej i romansu są podzielone. Nie przemawia ona jednym głosem, nie jest określona z góry procedurą badawczą ani nauką kobiecego myślenia, nie próbuje też tworzyć nowej definicji kobiecości. W stosunku do literatury jest sposobem mówienia o książkach [9, s. 246–247]. Poglądów odnośnie romansów i ogólnie kobiecej twórczości jest wiele. Zazwyczaj opinie dzielą się na te negatywne i pozytywne, chociaż znajdują się też i takie, które stoją pośrodku sporu. Z jednej strony pojawiają się głosy krytyczne wobec tego typu twórczości, argumentując, że narzuca ona normy określające to, co jest „kobiece” i „męskie”, utrwalając jednocześnie stereotypy głęboko zakorzenione w kulturze. To właśnie ten stary utarty obraz kobiecości jest jednym z głównych argumentów przeciwstawiania się romansom. Podkreślanie inności autorki i bohaterki jako kobiety, jej nadmiernej wrażliwości, delikatności itp. Z drugiej strony pisarkom zarzuca się, że nie mają „własnego języka” i mówią o kobietach w „języku męskim” [12, s. 9–10]. Niektóre feministki uważają, że literatura popularna nie stara się przełamać tej stygmatycznej „inności” kobiet, a wręcz przeciwnie – utrwała ten obraz, a nawet go gloryfikuje; pokazuje patriarchalny i seksistowski schemat, któremu feminizm tak bardzo się sprzeciwia.

Najwięcej takich pozycji znajdziemy w kategorii harlequinów. Pokazują one przyjęte w tradycjach zachodu role płci. Mężczyzna – silny, pewny siebie, niezależny, na wysokim stanowisku, pan swojego losu, a kobieta – wrażliwa, delikatna, z mniejszymi sukcesami zawodowymi, matka i żona. To właśnie przedstawianie jej jako rodzicielki, pani domu, dążącej do wyjścia za mąż, jest najbardziej krytykowane. Przez wszechobecny schemat „Kopciuszka” trudno jest znaleźć miejsce dla feminizmu [9, s. 256–257; 18, s. 94–100].

Jest też jednak druga strona medalu krytyki romansów, a zwłaszcza tych nam współczesnych. Książki te różnią się już od stereotypowych harlequinów. Dalej używają ich modelu, ale jednocześnie go kwestionują. Zazwyczaj przemycają w sobie jakiś rodzaj buntu, który gdyby się przyjrzeć, okazuje się typowy dla tego gatunku. Czytelnik widzi tę oczywistą formę – miłość dwójki bohaterów, ich wspólne zmagania i szczęśliwe zakończenie, ale może też dostrzec ukryte przesłanie. Czy obraz kobiety zajmującej się domem, będącej matką musi być równoważny z czymś negatywnym? Przecież bycie matką, chęć zawarcia związku małżeńskiego nie jest zbrodnią. Dzięki miłości bohaterka zdobywa rodzaj „władzy” emocjonalnej, trudnej do osiągnięcia w rzeczywistości. Według wielu samo ukazanie świata oczami kobiety stanowi sprzeciw wobec męskiej hegemonii w kulturze [25, s. 191–192]. Tworzy to potencjał dla romansu do bycia gatunkiem postępowym, odzwierciedlającym głębokie pragnienia kobiet oraz stanowiącym komentarz i krytykę społecznych realiów. Nowe utwory mogą pomnażać marzenia, przedstawiać nieskrępowaną miłość homoseksualną. Sam zwyczajowy schemat może występować w formie intertekstu, służącego do kwestionowania i odwracania tradycji. Idąc za tym myśleniem, można by nawet zająć głos w obronie harlequinów, które mogą ukazywać marzenia o świecie, w którym rządzi miłość [25, s. 194–196].

Kilka ważnych uwag w obronie romansów wygłosiła na konferencji naukowej TED Aaf Tienkamp. Badaczka zauważyła, że książki te, pisane przez kobiety, dla kobiet, o kobietach i ich życiu są ich reprezentacją w historii, która tak często pomijała ich istnienie. To właśnie w romansach są one głównymi bohaterkami, mogą mówić o kobiecych (i nie tylko) problemach, które często były tematem tabu, jak np. antykoncepcja, międzyrasowe związki, prawo do poślubienia wybranej przez siebie osoby, pokonywanie problemów psychicznych czy też po prostu seksualna wolność, która wcześniej była przeznaczona wyłącznie dla mężczyzn. Kobiety w utworach tych przeciwstawiają się oczekiwaniom społeczeństwa czy też kontrolującej rodzinie, spełniają marzenia, a na swojej drodze spotykają partnera lub partnerkę, którzy będą je akceptować i wspierać [28]. Podobne założenia głosi również Jessica Van Slooten, która uważa, że romanse są profeministyczne, pokazują wymarzone światy, gdzie nieważna jest płeć, orientacja czy pochodzenie, dają komfort i radość z czytania [29]. Z kolei Tienkamp w swojej przemowie przytoczyła wypowiedź autorki romansów Mayi Rodale, która stwierdziła: „powieści romantyczne były – i dalej są – niebezpiecznymi książkami, które raz po raz pokazują kobietom, że są tego warte” [28].

Dla niektórych romanse i literatura kobieca mają negatywny, stereotypowy i antyfeministyczny wydźwięk, podczas gdy inni będą je postrzegać jako nieodłączny element literatury światowej. Zamiast skupiać na nich krytykę, warto zastanowić się nad okolicznościami, które skłaniają czytelników do sięgania po tego typu pozycje i spróbować wykorzystać

zainteresowanie nimi do debaty nad literaturą, rolą kobiet w społeczeństwie, ich celami i motywacjami, co można z dużym powodzeniem realizować w murach bibliotek – bądź to w formie naukowej debaty, bądź też w nieskrępowany i przystępny dla szerokiej publiczności sposób.

Romans kieszonkowy

Książki od zawsze były symbolem wiedzy, kultury i ludzkiej kreatywności – integralnym elementem cywilizacji. Pełniły rolę kronikarzy, dokumentując wydarzenia, tradycje i myśli, dzięki czemu realizowały też funkcję komunikacyjną. Dziś są także narzędziem edukacyjnym, umożliwiającym indywidualny rozwój każdego człowieka, ale też dla wielu źródłem rozrywki. Znane od wieków, ulegają ciągłym przeobrażeniom i rozwojowi – od rękopisów, przez formę drukowaną aż po wersje elektroniczne. Wśród tak wielu wariantów książek znajduje się tak zwana wersja kieszonkowa. Choć trudno wskazać, kiedy po raz pierwszy pojawiły się te małe formaty, to wiadomo, że już w średniowieczu mnisi sporządzali miniaturowe kodeksy pełniące rolę osobistych modlitewników. Za przykład można podać ewangelię z początku VIII w., znaną pod nazwą *Ewangeliarz św. Kutberta*, której wymiary wynosiły zaledwie 138 na 92 milimetry [5]. Z kolei wiek XIX był okresem postępu przemysłu, co wpłynęło na rozwój technologii druku i dystrybucję książek. Masowa produkcja sprawiła, że książki stały się bardziej dostępne. Wydania kieszonkowe zyskały wówczas szczególną popularność wśród klasy robotniczej, która torowała sobie dostęp do edukacji i czytelnictwa. Sama książka kieszonkowa była obecna już w latach trzydziestych w Ameryce i Anglii jako tańsza alternatywa pełnowymiarowych wydań.

W Polsce dopiero po upadku komunizmu w 1989 r. nastąpił okres intensywnej transformacji i otwarcia się rynku wydawniczego. Dało to ludziom dostęp do szerokiego wachlarza literatury, która wcześniej była im nieznana lub trudno osiągalna. Pojawiły się więc wydawnictwa i książki zachodnie, w tym romans kieszonkowy [27, s. 19]. Warto nadmienić, że w okresie PRL-u dostęp do zachodniej literatury był znacząco ograniczony, chociaż niektóre pozycje były tłumaczone i publikowane. Niedzisiejsze władze promowały socrealizm jako oficjalną estetykę w literaturze. Preferowane były pozytywne aspekty życia w komunizmie, postacie robotników i chłopów jako bohaterów, a także idealizowanie systemu. Dzieła polskich pisarzy, którzy wyemigrowali i publikowali za granicą w Polsce, były często zakazane. Mimo to krążyły w kraju w formie „drugiego obiegu”, czyli nieoficjalnej podziemnej dystrybucji [6, s. 13, 16, 32; 3, s. 144].

Sam termin „książek kieszonkowych” (z języka angielskiego *pocket-book*) odnosi się do utworów datowanych na XX w. i później. Swoją popularność zawdzięczają zapotrzebowaniu na lekkie, tanie i przenośne wydania po okresie II wojny światowej. Pomimo początkowej niechęci ze strony wydawnictw i edytorów, ich pozycja stopniowo rosła. Pełna ekspozycja rynku polskiego na romanse kieszonkowe miała miejsce głównie w latach dziewięćdziesiątych XX w. Główną grupę ich czytelników stanowiły kobiety – spragnione historii, które skupiały się na emocjonalnych i romantycznych doświadczeniach. Historie te stanowiły dla nich formę ucieczki od codziennych trudności. Wydawnictwa zagraniczne szybko dostrzegły

ten potencjał i zaczęły wprowadzać swoje tytuły. Ich strategie marketingowe, atrakcyjny wygląd publikacji i stosunkowo niska cena z powodzeniem przyciągały czytelników. Nie bez znaczenia była także zintensyfikowana reklama takich pozycji [36]. Książki te stały się na tyle popularne, że zaczęły gromadzić je również biblioteki.

Charakterystyczne cechy treściowe i wizualne romansów kieszonkowych

Romanse kieszonkowe zwykle projektowane są tak, aby były wygodne do noszenia i czytania w podróży – właśnie dlatego są znacznie mniejsze od standardowych egzemplarzy. W przeważającej większości ich okładki są wykonane z miękkiego materiału, zazwyczaj papieru o wysokiej gramaturze lub kartonu. Ze względu na format i często uproszczoną produkcję, są tańsze w wykonaniu, a co za tym idzie – tańsze dla czytelnika. W zależności od gatunku, okładki mogą być bardziej stonowane i minimalistyczne lub bogato zdobione. Najczęściej jednak, aby zaoszczędzić na kosztach, rezygnuje się z dodatkowych detali, takich jak tłoczenia czy foliowania. Trzeba jednak pamiętać, że wydania kieszonkowe lat dziewięćdziesiątych i te znane nam dzisiaj różnią się od siebie.

Romanse kieszonkowe posiadają charakterystyczne cechy nie tylko jeśli chodzi o stronę wizualną, ale także treść. Fabuła najczęściej skupia się na zawiłościach związków uczuciowych, zwłaszcza tych, które prowadzą do tradycyjnie pojmowanego finału w postaci „żyli długo i szczęśliwie”. W trakcie rozwoju akcji główni bohaterowie przechodzą przez różne trudności, nieporozumienia bądź konflikty, które jednak zawsze prowadzą do rezolucji i ugruntowania uczucia. Czynniki takie, jak lojalność, zdrada, pasja czy przeznaczenie, są nieodłącznymi składnikami wielu takich historii. Romanse kieszonkowe nie są jednolite. Mogą zawierać pewne podgatunki, takie jak romans historyczny, który przynosi czytelnika w odległe epoki, erotyczny, gdzie nacisk kładziony jest na fizyczną stronę relacji, czy paranauralny, w którym elementy fantastyczne przeplatają się z uczuciami.

Jeśli chodzi o aspekt czysto wizualny, jak sama nazwa wskazuje, romans kieszonkowy przystosowany jest do łatwego przenoszenia – jego mniejszy format jest idealny do czytania w podróży. Okładki są często pełne kolorów i bogate w detale. Zazwyczaj przedstawiają bohaterów w scenach pełnych pasji lub intymności, czasem nawet w dramatycznych pozach. Kolorystyka zachowana jest raczej w jasnej i intensywnej tonacji, ma bowiem od razu przyciągnąć wzrok czytelnika. Tytuły napisane są dużą, ozdobną czcionką, podkreślającą intensywność zawartości. Często zdobione są symbolami, takimi jak serca, róże czy koronki, które dodatkowo wzmacniają romantyczny charakter powieści. Wszystkie te składowe tworzą razem rozpoznawalny produkt, który od dziesięcioleci przyciąga uwagę miłośników literatury romantycznej. Porównując romans kieszonkowy z innymi książkami tego formatu, można stwierdzić, że wyróżnia się on swoją ekspresyjnością. Większość tych drugich jest bardziej stonowana i minimalistyczna, dostosowując się do różnorodności tematów i gatunków, które obejmują (ale także do preferencji wydawnictwa). Podczas gdy rozmiar jest podobny dla obu form, to romans kieszonkowy ma bardziej specyficzne i wyróżniające się aspekty wizualne.

Wydawnictwa oferujące romanse kieszonkowe

Choć postępująca cyfryzacja i coraz większa oferta ebooków stanowi zagrożenie dla papierowych książek, to wydania kieszonkowe wciąż z sukcesem funkcjonują na rynku. Przetrwały próbę czasu, dostosowując się do zmieniających się warunków i potrzeb czytelnika. Ich rozmiar i cena mimo wszystko ciągle jeszcze przyciągają. W Polsce, jak i na świecie, wiele wydawnictw zauważyło potencjał tego rynku i zaczęło specjalizować się w publikowaniu wydań kieszonkowych. Jak podaje Ewelina M. Szyszkowska w swojej pracy *Odmiany uczuć: popularny romans kieszonkowy w Polsce 1990–2000*, na początku tego okresu co najmniej jedenaście wydawnictw próbowało swoich sił w produkcji serii romansów. Autorka wymieniła między innymi oficyny Arlekin, Kantor Wydawniczy SAWW, ASP, Aramis, Beta Books, Phantom Press, Saga, Geminus czy Pol-Nordica. Każda z nich posiadała jedną lub więcej serii romansów kieszonkowych o pewnych charakterystycznych cechach. Te silnie zaakcentowane edytorsko wychodziły od: Aramis, Arlekin, Beta Books, Kantoru Wydawniczego SAWW, Phantom Press i Pol-Nordiki. Wydawane były książki autorek i autorów austriackich, niemieckich, polskich, amerykańskich, a także angielskich. Część z tych wydawnictw oferowała „romanse o schematycznej budowie fabuły i naiwnie optymistycznym zakończeniu” (najbardziej znane w tym obszarze produkcji było wydawnictwo Arlekin) [27, s. 22–25]. Charakterystycznym zabiegiem było umieszczanie przez edytorów notek wydawniczych o fabule na okładkach, a w następnych częściach podawanie tytułów już udostępnionych w serii. Z czasem, po 1994 r., na polskim rynku dało się zauważyć znaczącą dominację oficyny Arlekin, a także Pol-Nordiki. Inne wydawnictwa zakończyły swoją działalność bądź zmieniły swoje nazwy i/lub profil. Oczywiście cały czas obok pocketbooków figurowały nieco większe lub pełnowymiarowe formaty [27, s. 26–28].

Aktualnie na polskim rynku wydawniczym nie ma zbyt wielu wydawców specjalizujących się wyłącznie w wydaniach kieszonkowych. Ze wszystkich wcześniej wymienionych przetrwał właściwie tylko Arlekin, obecnie znany pod nazwą Harper Collins Polska. Jednymi z bardziej znanych oficyn i w miarę regularnie publikujących „kieszonkowce” są: Wydawnictwo KobiECE, Filia, Wydawnictwo Niezwykłe, Akurat, Muza, Bellona i Amber. Inne wydawnictwa traktują mniejsze formaty jako dodatkową alternatywę dla oryginalnych większych wersji – często proponując je czytelnikom w okresie wakacyjnym lub w ramach jakiejś promocji. Najczęściej i najłatwiej znaleźć je na stronach internetowych wydawnictw lub w supermarketach czy kioskach. Często występują też w zbiorach bibliotek publicznych, choć raczej nie są kupowane z inicjatywy bibliotekarzy, lecz pozyskiwane w ramach darów od czytelników, którzy chcą się podzielić kupionymi przez siebie egzemplarzami. Niektóre biblioteki rezygnują jednak z włączania wydań kieszonkowych do księgozbiorów, podkreślając ich niski poziom i konieczność skupienia się na bardziej ambitnej literaturze.

Zalety i wady wydań kieszonkowych

Wydania kieszonkowe zdobyły ogromną popularność ze względu na wiele korzystnych cech. Przede wszystkim są one wyjątkowo poręczne. Ich niewielkie rozmiary sprawiają, że łatwo można je schować do torebki, plecaka czy nawet do kieszeni. Umożliwia to czytanie

w dowolnym miejscu i czasie – w komunikacji miejskiej, pociągu, na wycieczce czy podczas przerwy w pracy. Zachęcająca jest też przystępna cena. W porównaniu z tradycyjnymi publikacjami, wydania kieszonkowe są zazwyczaj tańsze w produkcji, co przekłada się na ich niższą cenę detaliczną. To z kolei sprawia, że literatura staje się bardziej dostępna dla szerszego grona czytelników. Dodatkowo wydania kieszonkowe często wprowadzają na rynek mniej znanych autorów lub tytuły, które niekoniecznie odniosłyby sukces w większym formacie. Dzięki temu czytelnicy mają szansę odkryć nowe, fascynujące historie i perspektywy. Estetyka wydań kieszonkowych często jest bardzo nowoczesna i świeża, co przyciąga wielu czytelników. Z drugiej strony ograniczona objętość książek determinuje ich prostotę, co powoduje, że taką formą literacką parają się mniej wprawieni autorzy, nie chcą też po nie sięgać czytelnicy poszukujący bardziej ambitnej literatury.

Pocket-booki niewątpliwie służą jako doskonałe narzędzie promocji autorów i wydawnictw, stanowiąc jednocześnie atrakcyjną ofertę dla osób, które mogą nie być pewne, czy chcą inwestować w pełnowymiarową edycję. Wielu czytelników decyduje się na zakup kieszonkowej wersji, by później, przekonani o wartości treści, zakupić droższe wydanie lub inne tytuły tego samego autora. W wielu krajach, zwłaszcza tam, gdzie cena książki w twardych okładkach może być poza zasięgiem przeciętnego czytelnika, edycje te stanowią ważne źródło wiedzy i rozrywki. Ponadto jeśli chodzi o estetykę, mogą one stać się dla miłośników literatury cennym elementem kolekcji. Ich unikalne okładki, często różniące się od standardowych edycji, przyciągają uwagę i dodają różnorodności na półkach z książkami.

Mimo licznych zalet, książki te nie są pozbawione wad. Jedną z nich, dla wielu znaczącą, jest ich niska trwałość. Z racji niewielkiego rozmiaru i miękkiej okładki są bardziej podatne na uszkodzenia, takie jak zagniecenia, rozdarcia, zabrudzenia, rozklejenia. W przeciwieństwie do książek w twardych okładkach, nie zapewniają one tak dobrej ochrony wnętrza egzemplarza. Długotrwałe użytkowanie może powodować wytarcie stron i oprawy, które częściej wykonywane są z materiałów niskiej jakości. Może to mieć istotne znaczenie dla bibliotek, które starają się gromadzić raczej trwałe tytuły, które będzie mogła przeczytać większa liczba czytelników. Należy pamiętać, że dla tych instytucji poza ceną samej książki znaczenie ma także nakład pracy bibliotekarza oraz koszt wprowadzenia pozycji do księgozbioru bibliotecznego.

Znacznym mankamentem może okazać się również jakość druku. By obniżyć koszty produkcji, niektóre wydawnictwa korzystają z gorszej jakości papieru lub tuszu, co może wpływać na komfort czytania. Dla niektórych czytelników istotna może być także mniejsza dbałość o detale graficzne czy brak dodatkowych materiałów, takich jak ilustracje czy przypisy, co obniża standard odbioru treści. Dodatkowo ze względu na ograniczone miejsce, tekst może być bardziej „stłoczony”, z mniejszymi marginesami i ciasnymi interliniami, co niektórym osobom (a zwłaszcza tym z problemami ze wzrokiem) może przeszkadzać. Istnieje też opinia, że wydania kieszonkowe są „mniej wartościowe” w porównaniu z tradycyjnymi wydaniem. Niekiedy postrzegane są jako uproszczone wersje oryginalnych tytułów. Na koniec, w kontekście ekologii, warto nadmienić, że chociaż wydania kieszonkowe zużywają mniej surowców w procesie produkcji oraz transportu i magazynowania, to ich krótka żywotność może oznaczać, że są one częściej wymieniane i szybciej utylizowane,

co ma niebagatelne znaczenie dla bibliotek, w których proces przyjęcia tego typu książki do księgozbioru (wprowadzenie do katalogu *etc.*) jest niewspółmiernie długi w stosunku do późniejszego jej użytkowania, o czym zresztą była już mowa wcześniej.

W kontekście ewolucji literatury i dostępu do książek, należy podkreślić, że wydania kieszonkowe stanowią ważny krok w kierunku umożliwienia czytania szerokiej publiczności. Zapewniają one równowagę między dostępnością a jakością, pozwalając czytelnikom na wybór formatu odpowiedniego dla ich potrzeb i preferencji. Mimo pewnych ograniczeń tej formy publikacji, jej trwałe miejsce na rynku książki podkreśla wartość i znaczenie tego typu pozycji. Dla wielu czytelników stanowią one kompromis, który pozwala na korzystanie z literatury w dowolnym miejscu i czasie, bez konieczności rezygnacji z lektury. Niemniej jednak podczas wyboru odpowiedniego rozmiaru publikacji, warto zastanowić się nad wszystkimi aspektami, zarówno pozytywnymi, jak i negatywnymi, aby dokonać świadomej decyzji.

Czytelnictwo literatury romansowej. Od Harper & Brothers i William Collins & Sons do HarperCollins

Wydawnictwo HarperCollins Publishers ma długą i bogatą historię, sięgającą już początków XIX w. Przez lata stało się jednym z najważniejszych i najbardziej rozpoznawalnych graczy na światowym rynku wydawniczym. Historia tej instytucji jest nierozdzielnie związana z ewolucją literatury popularnej i stanowi klucz do zrozumienia, jak kształtuje się globalny krajobraz literacki. Szczególnie interesującym aspektem działalności HarperCollins jest zaangażowanie się tego wydawnictwa w publikowanie serii *Harlequin* – romansów, które zdobyły sobie na całym świecie rzeszę wiernych czytelników. Literatura ta, bardzo często nazywana również „literaturą kobiecą”, odgrywa ważną rolę w kulturze masowej, uznając pragnienia, marzenia i wyzwania stojące przed kobietami.

Historia wydawnictwa ma swoje początki już w XIX w., a dokładniej w marcu 1817 r., kiedy to w Nowym Jorku powstała mała drukarnia braci Jamesa i Johna Harpera, prowadzona pod nazwą J. & J. Harper. Publikowali oni książki znanych literackich gigantów, jak Mark Twain, Charles Dickens czy John F. Kennedy. Dwa lata później w 1819 r. w Glasgow powstało wydawnictwo William Collins & Sons, które zdobyło sławę dzięki edycjom *Biblii*, atlasom, słownikom oraz dziełom takich legend literatury, jak Agatha Christie, J.R.R. Tolkien, C.S. Lewis i H.G. Wells. W późnych latach osiemdziesiątych XX w. wydawnictwa połączyły się w jedno pod nazwą HarperCollins Publishers z główną siedzibą w Nowym Jorku. Obecnie działają w wielu krajach na świecie, pozostając częścią News Corporation [14].

Obecnie HarperCollins posiada w swoim portfolio ponad sto dwadzieścia podmarek i co roku wydaje blisko dziesięć tysięcy tytułów w szesnastu różnych językach. Imponujący katalog wydawnictwa zawiera ponad 200 tys. książek w formie tradycyjnej, ale też elektronicznej. Oferuje beletrystykę, literaturę faktu, przewodniki kulinarne, a nawet literaturę dziecięcą. W swoich szeregach ma wielu wybitnych pisarzy reprezentujących różnorodne gatunki literackie – siostry Brontë, Agathę Christie, J.R.R. Tolkiena, Charlesa Dickensa

i innych. Wielu z nich zdobyło prestiżowe nagrody literackie, takie jak Nobel czy National Book Award. W Polsce wydawnictwo pojawiło się w 1991 r. pod nazwą Arlekin – Wydawnictwo Harlequin Enterprises i prowadzone było przez Ninę Kowalewską, a później Barbarę Joźwiak. Zadebiutowało na rynku polskim seriami *Harlequin*, które cieszyły się niemałym zainteresowaniem ze strony czytelniczek, ale ich wielki rozmach marketingowy spowodował również brak sympatii ze strony innych wydawców. Zaplecze finansowe firmy pozwalało bowiem na niespotykaną dotąd kampanię reklamową, która obejmowała między innymi przestrzeń telewizyjną (hasłem przewodnim było „Harlequin to ogrody miłości”). Firma z łatwością mogła sobie pozwolić na wykupowanie praw autorskich, które otrzymywała od redakcji amerykańskiej, angielskiej i kanadyjskiej. Polskie oficyny krytykowały schematyczność treści i formy harlequinów. Krytykowane były również wymogi co do ilości stron (około 160), rozdziałów oraz zakresy tematyczne. Jednak ta powtarzalność i identyczność pozycji okazała się atrakcyjna dla wielu czytelników. Wydawane tytuły były dostępne przez miesiąc, a niesprzedane egzemplarze wysyłano po tym okresie na przemiał. W 1996 r. marka odniosła wielki sukces rozpoznawalności, a jej nazwa *Harlequin* zapisała się na kartach *Słownika języka polskiego*.

Perspektywy wykorzystania literatury romansowej i jej kontekstów kulturowych podczas projektowania usług bibliotecznych oraz przekazów marketingowych bibliotek

Literatura romansowa w bibliotece to przede wszystkim bogactwo tytułów po które chętnie sięgają czytelnicy, głównie w celu relaksu. W zależności od typu biblioteki, jej wielkości oraz potrzeb odbiorców kolekcje tych książek są bardzo bogate lub stanowią reprezentację jedynie najważniejszych tytułów, często zakwalifikowanych do klasyki literatury. Jednak romanse mogą służyć bibliotece nie tylko w ten podstawowy sposób. Wiele bibliotek za ich sprawą próbuje zainteresować czytelników swoją ofertą, opracowując chwytliwe slogany reklamowe bądź przekazy informacyjne. Romanse są także często bazą do ciekawych projektów i zajęć bibliotecznych.

Przykładem może być komunikat informacyjny przygotowany przez Miejską Bibliotekę Publiczną w Działdowie, który dotyczył kampanii Narodowe Czytanie *Ballad i romanсів* Adama Mickiewicza, zatytułowany *Romans w bibliotece* [19]. Wprowadzenie takiego sformułowania na witrynie bibliotecznej miało zapewne w założeniu przyciągnąć uwagę większej liczby czytelników i w konsekwencji zwiększenie zasięgu akcji. Podobnego sloganu użyła Gminna Bibliotek Publiczna w Wiszni Małej, która swój wpis na stronie internetowej zatytułowała: *Przeżyj romans w bibliotece*. Tym razem chodziło o zachęcenie do czytania literatury romansowej w związku ze zbliżającymi się walentynkami. Jak można było przeczytać na stronie: „Od 12 do 15 lutego w Gminnej Bibliotece Publicznej będą Państwo mogli przeżyć niesamowity romans. Wystarczy odwiedzić Bibliotekę i sięgnąć po książkę z czerwonym serduszkiem. Zapraszamy!” [11]. Akcji towarzyszył specjalny plakat reklamowy (zob. il. 1).

Ilustracja 1. Plakat reklamowy GBP w Wiszni Małej



Źródło: oksir.wiszniamała.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/.

Podobnie do odwiedzin zapraszała Biblioteka Raczyńskich, pisząc o organizowanym przez siebie „dniu romantycznym” [2], a także Biblioteka Publiczna w Książu Wielkopolskim, która zachęcała do „romansu z biblioteką” oraz „flirtu z książkami”, poza literaturą przygotowując także comiesięczne zabawy o tej właśnie tematyce [1] (zob. il. 2). Z kolei w ramach Nocy Bibliotek, w 2019 r. opracowano zabawę zatytułowaną „Flirt z Markiem Hłaską”. W związku z 85. rocznicą urodzin i 50. rocznicą śmierci autora ustanowiono Marka Hłaskę patronem edycji Nocy Bibliotek pod hasłem „Znajdźmy wspólny język”. W ramach projektu „Nocny Marek” przygotowano program poświęcony życiu i twórczości pisarza: czytano książki autora, wyświetlano filmy według jego scenariusza, a także organizowano związane z pisarzem zabawy tematyczne. Wspomniany „Flirt z Markiem Hłaską” to gra literacka składająca się z 32 kart do gry i 320 zadań, wykorzystujących cytaty z prozy i listów autora. Organizatorzy podkreślali, że zabawa stanowi przede wszystkim formę „flirtu z literaturą” o charakterze edukacyjnym i integracyjnym. Natomiast zasady gry zostały wyjaśnione następująco: „Rozdajemy karty wszystkim uczestnikom spotkania. Każdy wybiera jeden cytat ze swojej karty i przekazuje ją wybranej osobie, podając numer. W odpowiedzi otrzymuje tę samą lub inną kartę ze wskazaniem numeru odpowiedzi. W ten sposób nawiązujemy i rozwijamy relacje ze sobą nawzajem i z literaturą” [37].

Ilustracja 2. Plakat reklamowy Biblioteki Publicznej w Książu Wielkopolskim



Źródło: <https://ck-ksiazwlpk.pl/wdaj-sie-w-caloroczny-romans-z-ksiaska-biblioteka/>.

Choć trudno jest zaprezentować wszystkie przykłady akcji, w których użyta została literatura romansowa oraz bazujące na niej slogany reklamowe, to już ta krótka egzemplifikacja pokazuje, że romans stanowi potencjalnie ciekawy motyw w marketingu bibliotek. Może również być źródłem inspiracji do organizacji różnorodnych akcji przygotowywanych dla czytelników, wiązać się zarówno z lekką rozrywką i zabawą, jak też zachęcać do poważnych studiów nad polską oraz światową literaturą z tego obszaru. Jak można przeczytać w jednym z opracowań: „Dużym zainteresowaniem w mniejszych instytucjach kultury cieszy się marketing niskobudżetowy, oparty na prostych działaniach, możliwy do zrealizowania przez niewielkie zespoły pracowników. Niekiedy pisze się wręcz o kreatywnych niskobudżetowych metodach marketingu niekonwencjonalnego” [32, s. 64]. Zaprezentowane przykłady niewątpliwie do tego typu rozwiązań należą – zatem każda, nawet najmniejsza biblioteka, może podjąć działania zmierzające do lepszej komunikacji z otoczeniem, mające

na celu zwrócenie uwagi na placówkę i jej ofertę. Ponadto marketing wsparty badaniami czytelnictwa, preferencji i zachowań czytelników [21] może znacząco wpłynąć na opracowanie i popularyzacje atrakcyjnych i poszukiwanych przez użytkowników usług oraz wydażeń, także tych bazujących na literaturze popularnej.

Bibliografia

1. BIBLIOTEKA PUBLICZNA W KSIĄŻU WIELKOPOLSKIM. *Wdaj się w całoroczny romans z książką biblioteczką!* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://ck-ksiazwlpk.pl/wdaj-sie-w-caloroczny-romans-z-ksianska-biblioteka/>. Stan z dnia 12.12.2023.
2. BIBLIOTEKA RACZYŃSKICH. „*Ballady i romanse*” – coś się zaczyna. *Dzień romantyczny w Bibliotece Raczyńskich. Narodowe Czytanie* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://bracz.edu.pl/event/ballady-i-romanse-cos-sie-zaczyna-dzien-romantyczny-w-bibliotece-raczyńskich/>. Stan z dnia 12.12.2023.
3. BIS Katarzyna. Bunt czy egzaltacja? Atrybut młodości w literaturze popularnej na przykładzie wybranych powieści dla dziewcząt z okresu PRL-u. In KURAN Michał (red.). *Starość i młodość w literaturze i kulturze*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2016, s. 139-145. ISBN 978-83-7969-662-8.
4. BORKOWSKA Grażyna. Metafora drożdży: co to jest literatura/poezja kobieca. *Teksty Drugie*. 1995, nr 3/4, s. 31-44. ISSN 0867-0633.
5. BRITISH LIBRARY. *Digitised manuscripts* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://archive.is/20130419163940/http://www.bl.uk/manuscripts/FullDisplay.aspx?ref=Add_MS_89000. Stan z dnia 28.09.2023.
6. BUDROWSKA Kamila. *Literatura i pisarze wobec cenzury PRL (1948-1958)*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2009. ISBN 978-83-7431-230-1.
7. CIXOUS Helene. Śmiech Meduzy. *Teksty Drugie*. 1993, nr 4/6, s. 147-166. ISSN 0867-0633.
8. Feminizm. In *Encyklopedia internetowa PWN* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/feminizm;3900322.html>. Stan z dnia 25.11.2023.
9. FILIPOWICZ Halina. Przeciw „literaturze kobiecej”. *Teksty Drugie*. 1993, nr 4/6, s. 245-258. ISSN 0867-0633.
10. FULIŃSKA Agnieszka. Dlaczego literatura popularna jest popularna? *Teksty Drugie*. 2003, nr 4, s. 55-66. ISSN 0867-0633.
11. GMINNA BIBLIOTEKA PUBLICZNA W WISZNI MAŁEJ. *Przeżyj romans w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: oksir.wiszniamala.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/. Stan z dnia 12.12.2023.
12. GRABOWSKA Barbara. Czy literatura „kobieca” przyczynia się do poszerzania wspólnoty „nas”? *Ruch Filozoficzny*. 2008, nr 4, s. 697-708. ISSN 0035-9599.
13. HACHETTE POLSKA. *Romanse wszech czasów* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://kolekcja-romanse.pl>. Stan z dnia 20.11.2023.
14. HARPERCOLLINS POLSKA. *O nas – historia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://harpercollins.pl/pl/cms/o-nas-historia-30.html>. Stan z dnia 27.11.2023.
15. KITLIŃSKA Maja. Książka i biblioteka w oczach „Amora”, czyli ich wizerunek w literaturze romansowej lat 90. XX wieku. *Bibliotekarz Zachodniopomorski*. 2002, nr 1, s. 44-50. ISSN 0406-1578.
16. KŁOSIŃSKA Krystyna. *Feministyczna krytyka literacka*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2010. ISBN 978-83-226-1972-8.
17. MARTUSZEWSKA Anna. *Architektonika literackiego romansu*. Gdańsk: Słowo/obraz terytoria, 2014. ISBN 978-83-7453-245-7.
18. MARTUSZEWSKA Anna, PYSZNY Joanna. *Romanse z różnych sfer*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2003. ISBN 83-229-2392-9.

19. MIEJSKA BIBLIOTEKA PUBLICZNA W DZIAŁDOWIE. *Romans w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.dzialdowo.pl/romanse-w-bibliotece/>. Stan z dnia 12.12.2023.
20. NIEDŹWIEDŹ Joanna. Społeczny obieg „literatury kobiecej” w środowisku czytelniczek lubelskich bibliotek. In DYMMEL Anna (red.). *Bestsellery, literatura popularna, odbiorcy: empiryczne badania współczesnego czytelnictwa*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2009, s. 121–148. ISBN 978-83-227-2980-9.
21. ORZOŁ Monika, WOJCIECHOWSKA Maja. Badania czytelnictwa jako instrument diagnozy nawyków i zachowań czytelniczych użytkowników bibliotek. Geneza i stan obecny. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 20, s. 65–86. ISSN 2299-565X.
22. *Podgatunki romansu* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://www.rwa.org/Online/Romance_Genre/About_Romance_Genre.aspx. Stan z dnia 20.11.2023.
23. RAMSDELL Kristin. *Romance fiction: a guide to the genre*. Colorado: Bloomsbury Publishing, 1999. ISBN 978-1591581772.
24. REGIS Pamela. *A natural history of the romance novel*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2003. ISBN 978-0812215229.
25. SETECKA Agnieszka. Romans – przejaw zwyczajstwa czy klęski kobiet? O romansie dawniej i dziś. In BORKOWSKA Grażyna, SIKORSKA Liliana (red.). *Krytyka feministyczna – siostra teorii i historii literatury*. Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN, 2000, s. 187-199. ISBN 83-87456-66-7.
26. STĘPIEŃ Justyna. Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki?. *Zarządzanie Biblioteką*. 2021, nr 1, s. 23–35. ISSN 2081-1004.
27. SZYSZKOWSKA Ewelina Maria. *Odmiany uczuć: popularny romans kieszonkowy w Polsce 1990–2000*. Warszawa: Biblioteka Narodowa, 2003. ISBN 83-7009-424-4.
28. TIENKAMP Aaf. *Everything you think you know about romance novels is wrong* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://www.ted.com/talks/aaf_tienkamp_everything_you_think_you_know_about_romance_novels_is_wrong. Stan z dnia 25.11.2023.
29. VAN SLOOTEN Jessica. Romance novels are feminist [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://www.ted.com/talks/jessica_van_slooten_romance_novels_are_feminist. Stan z dnia 25.11.2023.
30. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Mobilna biblioteka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2021. ISBN 978-83-65741-68-4.
31. WOJCIECHOWSKA Maja. *Elektroniczny wizerunek biblioteki*. Gdańsk: Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej, 2008. ISBN 978-83-61079-01-9.
32. WOJCIECHOWSKA Maja. Istota marketingu w sektorze kultury. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023, s. 55–66. ISBN 978-83-89316-82-0.
33. WOJCIECHOWSKA Maja. Marketing szeptany – instrument propagandy współczesnych bibliotek? In KUŹMINA Dariusz (red.). *Bibliologia polityczna*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2011, s. 398–405. ISBN 978-83-61464-88-4.
34. WOJCIECHOWSKA Maja. Merchandising – wizualna promocja biblioteki. Wprowadzenie do problematyki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2011, nr 1, s. 63–85. ISSN 2081-1004.
35. WOJCIECHOWSKA Maja. The readership indicators in Poland and programs promoting the reading. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*. 2016, nr 5, s. 39–48. ISSN 2241-1925.
36. WOJCIECHOWSKA Maja. Współczesne formy reklamy książki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2009, nr 1, s. 97–110. ISSN 2081-1004.
37. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Monika. Imprezy kulturalne realizowane w ramach Nocy Bibliotek jako przykład formy promocji biblioteki. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 19, s. 109–130. ISSN 2299-565X.
38. ŻŁOTNICKA Aleksandra. Polska literatura kobieca na przełomie XIX i XX wieku. *Tekstura. Rocznik Filologiczno-Kulturoznawczy*. 2019, t. 8, s. 61–79. ISSN 2392-1404.
39. ŻABSKI Tadeusz (red.). *Słownik literatury popularnej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006. ISBN 83-229-2767-3.

Biblioteki i bibliotekarze za granicą

Olutoyin Olukemi Oso

oluwatoyinoso@gmail.com

Danjuma Library, Ajayi Crowther University

User satisfaction as correlate of perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria

(Zadowolenie użytkowników jako korelat postrzeganego wizerunku bibliotekarzy na prywatnych uniwersytetach w południowo-zachodniej Nigerii)

Słowa kluczowe: wizerunek, bibliotekarze, postrzeganie, uczelnie prywatne, studenci

Abstrakt: Zadowolenie z usług informacyjnych ma istotny wpływ na postrzeganie wizerunku bibliotekarzy przez użytkowników bibliotek. Nie ulega także wątpliwości, że wizerunek bibliotekarzy wpływa na sposób postrzegania zawodu bibliotekarza. W związku z pojawieniem się technologii informatycznych użytkownicy bibliotek mają odmienne zdanie względem przydatności bibliotekarzy, co prowadzi do kryzysu tożsamości tejże profesji. W badaniu sprawdzono satysfakcję użytkowników jako korelację postrzeganego wizerunku bibliotekarzy na prywatnych uniwersytetach w południowo-zachodniej Nigerii. Zastosowano opisową metodę badań ankietowych, w której pytania kwestionariuszowe zostały opracowane zgodnie z celami badania. Całkowita populacja studentów w sześciu wybranych prywatnych uniwersytetach w południowo-zachodniej Nigerii wyniosła 31 342 osób. Z populacji wybrano próbę liczącą 1491 osób. Zebrane dane analizowano za pomocą obliczenia częstotliwości, prostych wartości procentowych i analizy regresji wielokrotnej. Wyniki wykazały, że większość studentów studiów licencjackich była umiarkowanie zadowolona z usług bibliotecznych świadczonych przez bibliotekarzy i istnieje istotny pozytywny związek pomiędzy satysfakcją studentów z usług bibliotecznych a postrzeganym wizerunkiem bibliotekarzy ($r = 0,06$, $df 1150$; $p < 0,000$). Z analizowanych danych wyciągnięto wnioski i przedstawiono rekomendacje, w jaki sposób bibliotekarze mogą wzmocnić swój wizerunek i uzyskać satysfakcję użytkowników bibliotek ze świadczonych usług.

Keywords: image, librarians, perception, private universities, undergraduates

Abstract: Satisfaction with information services has noteworthy influence on library users' perception of librarians' image. There is no doubt that the professional image of librarians give a vivid description of library profession. Due to the advent of information technology, library users who are the major determinants of librarians' image have diverse perceptions about librarians' relevance which leads to professional identity crisis. The study examined user satisfaction as correlate of perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria. The descriptive survey research method was used with questionnaire questions drawn up in line with the objectives of the study. Total population of undergraduates in the six purposively selected private universities in South-west Nigeria was 31,342. Sample size of 1,491 was selected from the population. Data gathered was analyzed using the frequency count, simple percentages and multiple regression analysis. Results revealed that most of the undergraduates had moderate satisfaction with the library services provided

by librarians and there is a significant positive relationship between undergraduates' satisfaction with library services and perceived librarians' image ($r = 0.06$, $df = 1150$; $p < 0.000$). Conclusions were drawn from the analysed data and recommendations made on how librarians can boost their image by ensuring that library users are satisfied with services provided.

Introduction

The services offered by professionals are quite fundamental to the thoughtfulness of what a profession means. It is habitually regarded as the trademark of professionalism. For library and information science professionals, service entails supporting people in locating information materials that meet their educational, recreational, and employment needs. Service is often regarded as the fundamental value or basic competence for librarians [14]. It is the responsibility of librarians to provide quality information services and ensure that appropriate information materials are delivered and made reachable to information users with ease and users' judgment about services offered by librarians go a long way in determining their perception of librarian and ultimately, the library profession. This is why it is vital for a library to evaluate its resources, services, and the quality of personnel who provide the service [11]. Often times, a library's effectiveness has been measured by the quality of both human and material resources available to meet and satisfy the needs of the library users. Failure to meet their information needs and expectations leads to dissatisfaction with the products and services which the library has to offer.

User satisfaction, according to Zeithalm and Bitner [35] is defined as „the customers' evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectations”. Satisfaction in library parlance is a means by which library users rate the appropriateness of information resources and quality of services being offered, as well as if their assumptions are met. Satisfaction with library resources has to do with how people feel after utilising the library's information resources and services, and their propensity to revisit whenever in need of more information [22]. It is therefore eminent for librarians in various university libraries to satisfy the needs of the users of the library by rendering quality services and also conducting regular user surveys to elicit their views and their level of satisfaction for better improvement on services [11]. Consequently, the quality of service offered by librarians will automatically project their image among library users. It suffices to state that undergraduates in general depend on librarians to meet their diverse needs. However, there is a high reliance on the professional competencies of the librarians who offer services in determining whether to consult the library or not.

Moreover, with the rapid advancement of information technologies which has resulted in information overload, the library as a space is evolving. Librarians amidst professional identity crisis, are expected to improve their services, relationship with library users, and demonstrate their relevance in the digital era. Inability to provide quality services that will meet the needs of the library user can erode the little confidence reposed in librarians as information providers and this can affect users' perceptions about their image.

Statement of the problem

There are misconceptions that influence the ability of librarians to practice their profession which lead to professional identity crisis. Literature revealed that image of librarians is low among the general public in developing countries [2; 32]. Studies such as those of Watson [34] and Luthmann [19] mainly focused on negative perception about librarians' image. Other studies revealed how librarians' academic status and personality traits influence the library users' perception about librarians. These misconceptions about the librarianship profession regardless of librarians' effort, do have effect on the enhancement of the information services, the advancement and existence of the profession [14; 23].

Many studies have been conducted to investigate the impact of service quality on user satisfaction in the context of university academic libraries [1; 15]. Unfortunately, there are no studies that was carried out on how user satisfaction determine the perception of undergraduate students on librarians' image. Therefore, this study is an endeavor to examine the effect of service quality and user satisfaction on the perceived image of librarians.

Objectives of the study and research hypothesis

The specific objectives were to:

1. Ascertain undergraduates' level of satisfaction with the services offered by librarians in private universities in South-west Nigeria.
2. Investigate the perception of undergraduates about librarians' image in private universities in South-west Nigeria.
3. Determine the effect of user satisfaction on the perceived librarians' image.

The research questions derived from the specific objectives that were answered in this study are:

1. To what extent are undergraduates satisfied with the services offered by librarians in private universities in South-west Nigeria?
2. How do undergraduates perceive librarians' image in private universities in South-west Nigeria?
3. What is the effect of user satisfaction on the perceived librarians' image?

The hypothesis below guided the study and was tested at 0.05 level of significance:

H_{01} There is no significant relationship between undergraduates' satisfaction with library services and perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria.

The study focused on the effect of user satisfaction on perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria. There are ninety-nine (99) private universities in Nigeria as at the year 2021, out of which thirty-seven (37) are in South-west Nigeria.

Of the 37 private universities in South-west Nigeria, fifteen (15) among them are newly approved and those that started operations in recent years were excluded. The remaining twenty-two (22) formed the study population. The university with the highest population of undergraduate students in each of the states was selected for the study. The sample size of 1,491 undergraduates was determined using the Research Advisor.

Literature review

The issue of professional image is of concern to professionals in library profession [29]. The agitation on how librarianship is being perceived by the public is becoming more prevailing in today's society. Library users associate professional services provided by librarians with high levels of quality and dependability. Hence, the need for librarians to establish and maintain standards with their patrons in order to provide high-quality service, which will enhance their public profile [24]. Hashim and Mokhtar [12] proposed that in order to be successful in discharging their duties, staff training and development should focus on assertiveness, decisiveness, change management, and information technology. Moreover, with the rapid advancement of information technologies which have resulted in information overload, the library as a space is evolving. This is why librarians amidst professional identity crisis need to improve their services, relationship with library users, and demonstrate their relevance in the digital era. Inability to satisfy users' needs by providing quality service can erode the little confidence reposed in librarians as information providers and this can affect users' perceptions about their image.

Alokuk [3] opined that comfortable library environment, useful research materials, conducive reading space and good attitude of librarians have effect on the reputation of the librarians as well as the library profession. Kiriri [18] investigated the perspectives of library users at a private African university. The majority of respondents indicated that the library has welcoming and comfortable environment, contemporary equipment that enable stress-free access to needed information, space that encourages study and learning, and that the library has modern equipment that allows easy access to needed information.

In the same vein, Rilwan [27] evaluated undergraduates' satisfaction and library's service quality. The study found that less than average of the respondents were satisfied with library reference services (Current Awareness Services, Selective Dissemination of Information and internet access etc.) Deo [7] reported from a study that photocopying, printing and reference services. Also, majority of the respondents indicated that the library catalogue offered good service, they have access to library services electronically and the library's opening hours were outstanding. According to the findings by Narayanaswamy, Suresha and Ravikumar [21], library users were satisfied with library circulation services, reference services and OPAC services. Arshad and Ameen [4] revealed in their study that respondents were satisfied with library staff's courtesy, caring demeanor, and capacity to provide services swiftly.

According to Sohail and Raza [30], it was revealed in their study that majority of respondents indicated that the quality of service offered was above average and expressed

positive response and satisfaction with the reliability factor of library staff service quality. There is need for librarians to have necessary skills, expertise and competence to provide library information services, as well as technological skills to create a user-friendly web site and ensure service availability. It will also assist them in keeping promises about service availability and feelings of trust while working with library users.

Tiemo and Ateboh [33] reported the findings of a survey that users of the library were not fully satisfied with the library's information facilities and services, despite the library's deficiencies in some areas. According to the results, there is still more work to be completed to develop library facilities and programmes. Users were fully dissatisfied with specialised services such as inter-library loan, library orientation, weekend library services, and internet services. Ezeala and Yusuff [9] reported that users indicated dissatisfaction with the length of loan facilities, the library's opening and closing hours, the number of computer systems, and the lighting systems. The study further reported that inter-library loan programs should be delivered to users because most libraries have insufficient resources to serve their own users, let alone lending to other libraries.

Tetteh and Nyantakyi-Baah [32] looked at library importance in Ghanaian academic libraries through user satisfaction. According to the findings, majority of the respondents were satisfied with library facilities, staff behaviour, and library climate. In the same vein, Rani [25] examined library facilities and service quality among students and faculty members and discovered that most respondents were extremely satisfied with library services and resources. This indicates that the involvement of librarians in service delivery is viewed favourably.

In addition, Hemavathi and Chandrashekara [13] revealed in their study that most respondents indicated satisfaction with the library staff's information facilities and extreme satisfaction with the library staff. The respondents indicated that they were satisfied with adequate lighting and good ventilation available in the reading areas of the library. The impact that customer satisfaction would have on the librarians' reputation is that they will continue to be recognised for the services they provide.

Consequently, library users' perception about librarians can only be determined through the quality of service they render. Satisfaction with the services offered by librarians will automatically project their image among library users. It suffices to state that undergraduates in general depend on librarians to meet their diverse needs. However, there is a high reliance on the perceived image and professional competencies of the librarians who manage these libraries in determining whether to consult the library or not.

Theoretical framework

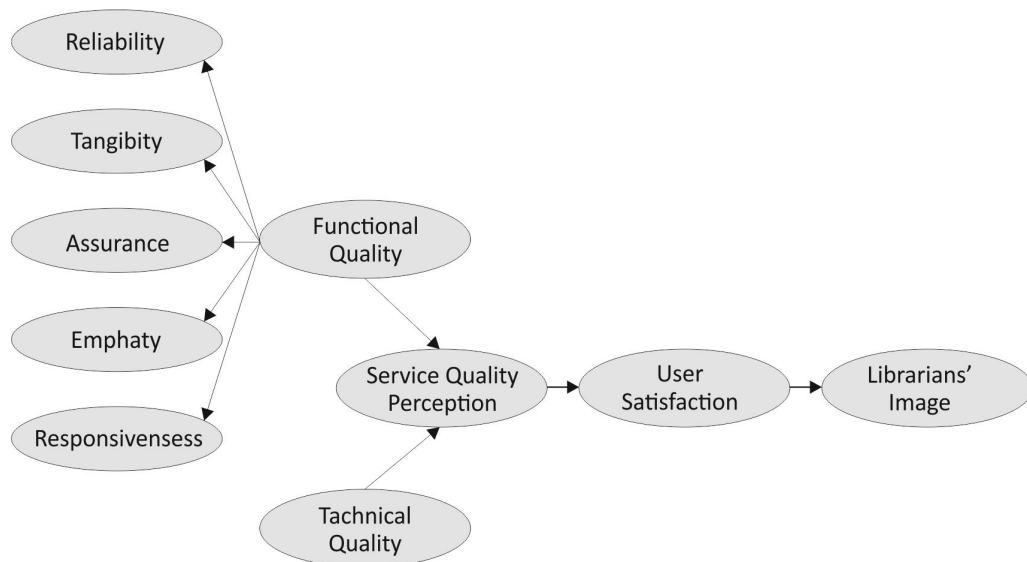
Gronroos first established the service quality model in 1988 [10]. According to Gronroos, what was required was a service quality model that defined how customers assess service quality and that knowing this would help design more effective service-oriented concepts and models. Technical quality, functional quality, and image are the components of this paradigm, which is conceived as a three-dimensional construct. Technical quality, according

to the model's proponent, is what customers get as a result of their interactions with service companies. Technical quality factors such as service quality perception and customer satisfaction are critical to their assessment of service quality. According to Gronroos, service quality perception is the result of a process in which customers compare their expectations to the service they believe they have received. As a result, consumers' experiences with a service are likely to influence their post-consumption evaluation of the service they received.

Swan and Combs [31] argued that while acceptable influential performance is a requirement for customer satisfaction, it is insufficient; if the communicative performance of a product is not accepted as pleasing, the consumer will still be dissatisfied, regardless of the extent of satisfaction initiated by the influential performance. Furthermore, according to Einasto [8], the library staff's command of the necessary knowledge, competence, and abilities to provide library services is also required for technological skills such as web site design and service availability assurance. Customers' expectations are influenced by their perceptions of the organisation, or its image. As a result, the corporate image is the result of how customers view the organisation. Service firms' image is crucial, and it is expected to be shaped primarily by technical and functional quality of service, as well as elements such as tradition, philosophy, word of mouth, pricing, and public relations.

The Gronroos service quality model was chosen as the most appropriate model for this study because all of its dimensions capture all aspects of the study. The service quality model, as one of the most often used reference points in librarianship, reflects the essence of the quality of service that must be delivered to information consumers. In addition to its application to the study, the model's constructs of functional and technical attributes, as well as corporate image, depict the study's principles in their entirety. The library profession is a type of service job in which customers value not just how they are served but also how well they are treated (functional quality). However, and perhaps more importantly, on the effect or nature of the services they receive and experience, which generate technical quality variables such as the quality of information literacy skills acquired by library users, the quality of human and material resources available, and, finally, the quality of the service rendered. When library clients are satisfied with the services given by librarians, the public's impression of librarians' importance and image will shift. The validated model is displayed in figure 1.

Figure 1. Adapted from Gronroos (1988) Service quality model



Source: self-elaboration.

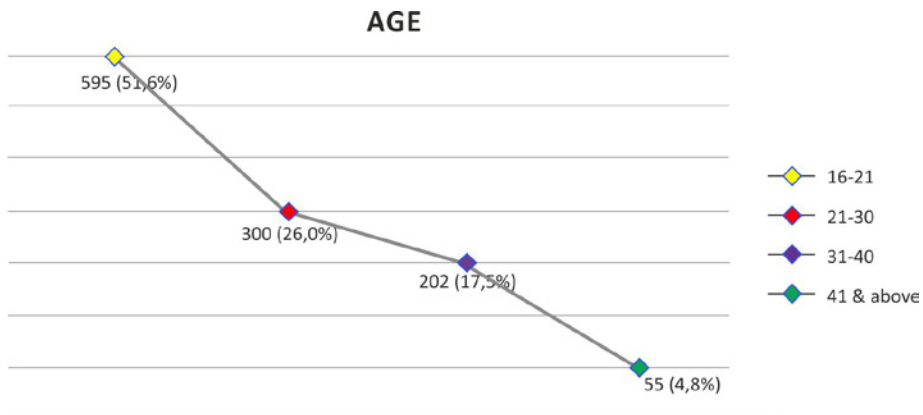
Methodology

Survey research method was adopted because of the conviction that it is most appropriate method for the study. The population used for this study included all undergraduate students in private universities in South-West Nigeria. The instrument that was used for collecting data in this study is questionnaire. Multi-stage sampling procedure was employed to select the target group for the study. The first step was to purposively select the most populated private universities in each state, which makes a total number of six universities that were sampled. At the second stage, the Research Advisors was used to select sample size for the study. The published table, at confidence level of 95% with margin error of *2.5 was used to select sample size of 1491 out of the total population of 31,342. Finally, convenience sampling was used to administer questionnaire to undergraduate students who were physically met using the library resources.

Demographic profiles of respondents

The demographic profiles of the respondents were distributed in frequency and percentages, and were illustrated using pie chart, bar chart and line graphs. It is presented as follows in figures 2-4.

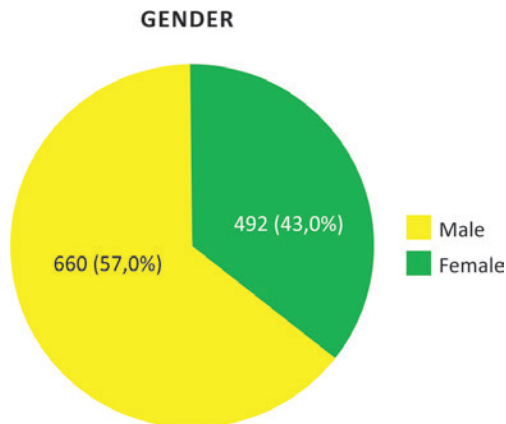
Figure 2. Distribution of respondents by age



Source: self-elaboration.

The figure reveals that 595 (51.6%) of the respondents were between the age of 16-20 years, 300 (26.0%) of them were between 21-30 years, 202 (17.5%) were between 31-40 years; while 55 (4.8%) were within 41 years and above. This implies that most of the students who partook in the study were youth within the age of 16-20 years, followed by those between 21-30 years category.

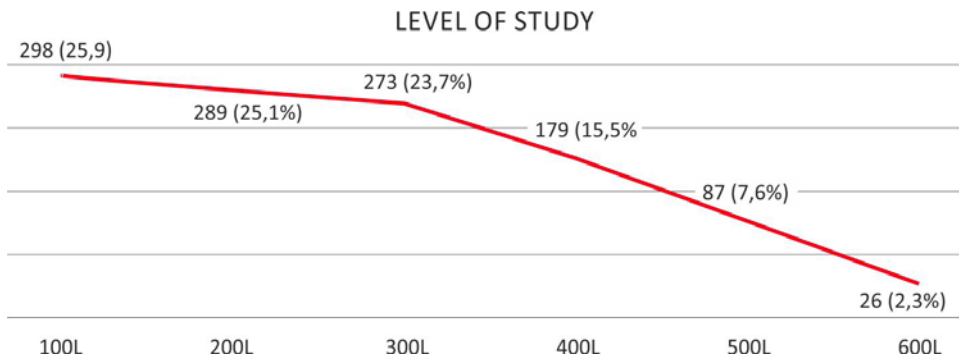
Figure 3. Distribution of respondents by gender



Source: self-elaboration.

In terms of gender, figure four shows that out of the 1,152 respondents, 492 (43.0%) were males; while 660 (57.0%) were females. Hence, over (50%) of those who responded or took part in the research were females.

Figure 4. Distribution of respondents by level of study



Source: self-elaboration.

With respect to level of study, figure 4 indicates that, those who responded from 100-600 level were represented accordingly. That is, the 100 level students were 298 (25.9%), 289 (25.1%) were in 200 level, 273 (23.7%) were in 300 level, the 400 level students were 179 (15.5%) in number, 87 (7.6%) represents the 500 level students; while 26 (2.3%) constituted the 600 level students. Hence, most of the respondents in this research were the 100 level students, followed by the 200 level students respectively.

Analysis of the research questions

Frequency counts and percentages, as well as mean and rank order, were deployed towards answering the research queries addressed in this study as follows:

RQ 1: To what extent are undergraduates satisfied with the services offered by librarians in private universities in South-west Nigeria?

Table 1. Percentage distribution of extent of user satisfaction with the services offered by librarians of private universities in South-West Nigeria

Score range	Frequency	Percentage %	Remark
1-68	278	24.1	Low satisfaction
69-101	833	72.3	Moderate satisfaction
102-136	41	3.6	High satisfaction

Source: self-elaboration.

On the user satisfaction sub-scale, there are 34 items and the scores range from 4, 3, 2, and 1. The scores go thus; 136 (4 * 34), 102 (3 * 34), 68 (2 * 34) and 34 (1 * 34).

In this regard, the extent of satisfaction is divided into three, viz: high = 102-136, moderate = 69-101 and low = 1-68. Therefore, scores within 102-136 range is considered the great extent or level of satisfaction, scores between 69-101 indicated moderate level of satisfaction; while scores within 1-68 means a low level of satisfaction. In view of this, 278 (24.1%) of the respondents have low level of satisfactory with the services provided by librarians, 833 (72.3%) have moderate level of satisfaction; while 41 (3.6%) of those who responded reported that they have high level of satisfaction with the services offered by librarians. Therefore, most of the respondents of private universities in South-West Nigeria reported their moderate satisfaction with the information services provided by librarians.

The second question was formulated as follows:

RQ 2: How do undergraduates perceive librarians' image in private universities in South-west Nigeria?

Table 2. Mean and rank order of respondents' perception of librarians' image

N	Statement	Mean	SD	Rank
16	Through the help of librarians, I am able to distinguish between trustworthy and untrustworthy information	2.73	0.91	1 st
2	Librarians give me appropriate time and attention	2.71	1.01	2 nd
12	Librarians often listen to recommendations for new or different Resource	2.62	0.94	3 rd
14	Librarians always assist me to progress in my academic pursuit	2.62	0.86	3 rd
11	Librarians equip me with the information literacy abilities I require for my study	2.57	1.09	5 th
1	I have contacts with librarians	2.57	1.02	5 th
3	Librarians assist me in literature search and book reservation	2.55	0.94	7 th
15	Librarians motivate me to be more productive in my academic endeavours	2.55	0.95	7 th
6	Librarians provide accurate answers and quality service	2.50	1.03	9 th
7	Librarians respond clearly and accurately to enquiries	2.49	1.00	10 th
23	I don't think librarians have any training	2.47	1.03	11 th
8	Librarians provide resources that are appropriate for my course	2.47	1.04	11 th
9	Librarians encourage me to efficient in my academic endeavor	2.47	1.00	11 th

20	Librarians attitude has influenced the way I use the library	2.47	0.90	11 th
10	Librarians help me know if information is trustworthy or not	2.45	1.09	15 th
5	Librarians treat me fairly and without discrimination in their dealings with me	2.45	1.01	15 th
18	In general, I am pleased with the treatment I receive from librarians in my library	2.45	0.92	15 th
22	Librarians are professional and very friendly	2.40	0.87	18 th
4	The end result of my contacts with librarians is useful	2.39	0.99	19 th
13	Librarians assist me in staying current in my area(s) of interest	2.39	1.06	19 th
24	I think librarians generally have positive image	2.37	0.95	21 st
17	Librarians equip me with abilities I require for study	2.28	0.92	22 nd
19	In general, I am pleased with librarians' assistance for my learning and research needs	2.27	0.95	23 rd
21	Librarians are difficult to approach	2.27	1.00	23 rd
	Grand mean	2.48		

Source: self-elaboration.

Table 2 shows the mean and rank order of respondents on perception of librarians' image. The table reveals that 9 out of the 24 items met the established yardstick of 2.50 for defining the students' perception of librarians' image. Items 16, 2, 12, 14 and 11 with mean (\bar{x}) and standard deviation (σ) values of 2.73 (0.91), 2.71 (1.01), 2.62 (0.94), 2.62 (0.86) and 2.57 (1.09) were rated 1st, 2nd, 3rd, 4th and 5th correspondingly. On the other hand, the table shows the grand mean of 2.48 which is less than the 2.50 average mean value. This indicated that, overall, the undergraduates of private universities in South-West Nigeria have negative perception of librarians' image because they disagree with many of the items related to the librarians' image. However, based on the topmost ranked items, the respondents perceived that librarians have helped them to be able to know information that are trustworthy or untrustworthy, librarians gave their enquiries at appropriate time and attention, librarians do listen to recommendations for new or different resources, librarians do aid the students' academic pursuit and provide them with information abilities required in their endeavours.

Hypotheses testing

Basically, six hypotheses were formulated and tested accordingly, using Pearson's Product Moment Correlation (r), independent t-test, ANOVA and regression statistics at 0.05 level of significance. In view of this, the outcomes of the hypotheses tested are displayed as follows:

H₀₁: There is no significant relationship between undergraduates' satisfaction with library services and perceived librarians' image in private universities in South-West Nigeria.

Table 3. Pearson (r) statistics showing relationship between respondents' satisfaction with library services and perceived librarians' image

Variables	N	Mean	SD	df	Cal. r	Crit. r	p-value
SLS	1 152	74.55	16.07				
				1150	0.14*	0.06	0.000
LI	1 152	59.51	13.41				

*Sig. at $p < 0.05$

Source: self-elaboration.

Table 3 displays that for degrees of freedom (df) of 1150, the calculated r-value of 0.14 is more than the critical r-value of 0.06 ($p = 0.000 < 0.05$). This specifies that there is a noteworthy positive correlation between undergraduates' contentment with library services and perceived librarians' image in private universities in South-West Nigeria; hence, the hypothesis is rejected. Thus, the respondents' satisfaction with library services determined their perception of librarians.

Discussion

The finding of this study is that majority of the undergraduates of private universities in South-west Nigeria indicated to have had moderate satisfaction with the services provided by librarians. This means that library services rendered by the private universities in South-west Nigeria are to some extent meeting part of the anticipations of the patrons. The outcome of this investigation is contrary to the results of Motiang et al. [20] where less than half of those who responded reported satisfaction with library services offered by librarians in University of Limpopo. Furthermore, Tetteh and Nyantakyi-Baah [32] also testified that most of the respondents' perception of library information services provided to them was satisfactory. The finding also finds support in the study of Khan et al. [17] who reported that majority of those who responded indicated that they were satisfied with the provided information services. Similarly, this finding corroborates that of Kiriri [18] who posited that most of the respondents indicated that their information needs were met to a great

extent by the information services offered to them by the library. The implication of their submission is satisfaction with the information services delivered to them. This finding is in line with Salauddin [28] who stated that most of those who responded indicated great satisfaction with the information provided to them by the library.

Another finding of this study revealed that majority of the undergraduates have negative perception of librarians' image because they disagree with many of the items related to the librarians' image. From this investigation, it was discovered that undergraduates of private universities in South-west Nigeria perceived that librarians have helped them to be able to distinguish between trustworthy and untrustworthy information, librarians gave their enquiries appropriate time and attention, librarians do listen to recommendations for new or different resources, librarians do aid the students' academic pursuit and provided them with information skills required in their work. This means that the students have positive perception of university librarians in providing them with relevant services for the attainment of their goals. Blake et al. [5] reported that librarians have made a significant impact in the undergraduates' learning and research processes through the various services such as training on how to search literature for systematic reviews, recognising exact and comprehensive information as the foundation for clever decision making, use of Boolean search operators and truncation search techniques.

In other studies, Rasul and Singh [26] and Alansari [2] found that library users were satisfied with activities in meeting their needs. It is deduced from the discovery of this study that librarians' image (level of competency, personality and human relation) is significant to the success or failure of the library in providing the desires of its clients. Thus, the librarian must possess a positive image that will arouse the interest of students and other library users in turning library visitation into habits

The hypothesis indicated that there was a positive significant relationship between undergraduates' satisfaction with library services and perceived librarians' image in private universities in South-west Nigeria. It means that contentment with library services is dependent on the competency of the librarian in effective service delivery to library users. This finding disagrees with the finding of Bulama et al. [6] whose results revealed that a medium but noteworthy correlation existed between students' satisfaction with library services and librarians' image. On the other hand, Ikolo's [16] finding indicated that a significant positive correlation subsists between satisfaction with users' services and librarians' image. The outcome of the study suggests that the stronger the librarian's level of competency or image, the greater the degree of user contentment with library services and vice-versa. This implies that the role of librarians cannot be over-emphasised in the overall satisfaction of students and other library clientele.

Furthermore, this finding also confirms the result of Motiang et al. [20] who discovered that most of those who responded specified that they were satisfied with the helpful information services they were offered by the librarians. It means that those who responded were satisfied with the librarians because of the useful information services they offered to them. It equally means that the information services offered by librarians were discovered to be effective and efficient.

Conclusion

Based on the results of this study, it is therefore concluded librarians' image is perceived to be negative by undergraduates but user satisfaction determines librarians' image. Also, the selected demographic variable (age) influenced undergraduates' perception of librarians' image except gender. Private university owners have not met the expectations of undergraduates in standardising their library; thus, they must enhance students' information literacy skills and equip librarians with adequate facilities in providing high quality of services to the satisfaction of users.

Recommendations

Based on the findings of this study, the following recommendations were made:

1. The findings of this study revealed that image of librarians is perceived to be negative. Efforts should be made by librarians in private universities in South-west Nigeria to continuously update their knowledge and enhance their proficiency level through capacity building programmes such as attendance of seminars, workshops, conferences and training programmes in their profession. This will go a long way in satisfying the undergraduates' library needs and help in sustaining positive image of librarians.
2. Since the findings of the study indicated that there is moderate satisfaction with services provided by librarians, therefore it is recommended that librarians should sustain the service provided for undergraduates. This will increase students' patronage of the library and help shape their image of librarians; thereby, linking information literacy skills to perceived librarians' image by the users.

Bibliography

1. ALAM Jahangir. Effects of service quality on satisfaction in Eastern University Library, Bangladesh. *IFLA Journal*. 2020, nr 2, s. 209–222. ISSN 0340-0352.
2. ALANSARI Husain. Career choice, satisfaction and perception about their professional image: a study of Kuwaiti librarians. *Library Review*. 2011, nr 7, s. 575–587. ISSN 0024-2535.
3. ALOKLUK Jamilah. Attitude of students towards the use of library facilities: a case study. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education*. 2020, nr 1, s. 24–36. ISSN 2349-0373.
4. ARSHAD Alia, AMEEN Kanwal. Service quality of the University of the Punjab's libraries: an exploration of users' perceptions. *Performance Measurement and Metrics*. 2010, nr 3, s. 313–325. ISSN 1467-8047.
5. BLAKE Lindsay, BALANCE Darra, DAVIES Kathy, GAINES Julie, MEARS Kim, SHIPMAN Peter, CONOLLY-BROWN Maryska, BURCHFIELD Vicki. Patron perception and utilization of an embedded librarian program. *Journal of the Medical Library Association*. 2016, nr 3, s. 226–230. ISSN 1558-9439.
6. BULAMA Umar Bizi, DAUD Shaffe Mohd, MAHMUD Rosnaini. Relationship between students' satisfaction with the availability of e-resources and infrastructure, staff commitment and students involvement in using the e-resources in colleges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2017, nr 4, s. 614–629. ISSN 2222-6990.

7. DEO Sandhya. *An assessment of user satisfaction in academic libraries: a case study of the Fiji National University Library* [Dokument elektroniczny]. 2016. Tryb dostępu: <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/72409/>. Stan z dnia 10.12.2023.
8. EINASTO Olga. E-service quality criteria in university library: a focus group study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014, nr 147, s. 561–566. ISSN 1877-0428.
9. EZEALA Lily Oluebube, YUSUFF Eunice Olufunmilola. User satisfaction with library resources and services in Nigerian agricultural research institutes. *Library Philosophy and Practice*. 2011. ISSN 1522-0222.
10. GRONROOS Christian. The six criteria of good perceived quality service. *Review of Business*. 1988, nr 3, s. 10–13. ISSN 0034-6454.
11. GYAU Emmanuel Baffour, LIU Jing, KWAKYE Obeng. Evaluation of user satisfaction with academic libraries services based on students' perspectives. *Open Access Library Journal*. 2021, nr 8, 1–17. ISSN 2333-9705.
12. HASHIM Laili, MOKHTAR Wan Nor Haliza. Preparing new era librarians and information professionals: trends and issues. *International Journal of Humanities and Social Science*. 2012, nr 7, s. 151–156. ISSN 2221-0989.
13. HEMAVATHI K.N., CHANDRASHEKARA M. User satisfaction on library resources and services in Law College Libraries in Mysore, Karnataka. *International Journal of Library and Information Studies*. 2018, nr 1, s. 309–318. ISSN 2231-4911.
14. HICKS Deborah. Advocating for librarianship: the discourses of advocacy and service in the professional identities of librarians. *Library Trends*. 2016, nr 3, s. 615–640. ISSN 0024-2594.
15. HOSSAIN Muhammad Jaber, ISLAM Anwarul. Understanding perceived service quality and satisfaction. *Business Performance Measurement and Metrics*. 2012, nr 3, s. 169–182. ISSN 1467-8047.
16. IKOLO Violet E. Users' satisfaction with library services: a case study of Delta State University Library. *International Journal of Information and Communication Technology Education*. 2015, nr 2, s. 80–89. ISSN 1550-1876.
17. KHAN Khaisar M., ALI K. S., SUNIL Kumar R. *User's satisfaction on library and information resources, facilities and services: a case study in Vidyavardhaka First Grade College, Mysuru* [Dokument elektroniczny]. 2019. Tryb dostępu: <https://www.researchgate.net/publication/332104337>. Stan z dnia 12.12.2023.
18. KIRIRI Peter N. Service delivery: the perceptions of users of library services in a private university in Africa. *European Journal of Multidisciplinary Studies*. 2018, nr 4, s. 221–231. ISSN 2414-8377.
19. LUTHMANN Abigail. Librarians, professionalism and image: stereotype and reality. *Library Review*. 2007, nr 9, s. 773–780. ISSN 0024-2535.
20. MOTIANG Itumeleng Patrick, WALLIS Malcolm, KARODIA Anis Mahomed. An evaluation of user satisfaction with library services at the University of Limpopo, Medium Campus (Medical University of Southern Africa). *Arabian Journal of Business & Management Review*. 2014, nr 11, s. 41–58. ISSN 2223--5833.
21. NARAYANASWAMY B.V, SURESHA N., RAVIKUMAR K.N. User satisfaction on library resources and services in St. Clare Degree College Library, Bangalore – a study. *International Journal of Next Generation Library and Technologies*. 2016, nr 3, s. 1–9. ISSN 2395-5201.
22. NYARIGOTI Naom. An assessment of information literacy skills of undergraduates at the United State International University – Africa. *Journal of Language, Technology and Entrepreneurship in Africa*. 2020, nr 1, s. 1–10. ISSN 1998-1297.
23. OTIENO Peter, OTIKE Japhet, ROTICH Daniel Chebutuk. The effect of library staff attitude to work on the use of information services in public university libraries in Kenya. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Science*. 2015, nr 4, s. 80–88. ISSN 2362-8022.
24. PHELPS Sue F, CAMPBELL Nicole. Commitment and trust in librarian-faculty relationships: a systemic review of the literature. *Journal of Academic Librarianship*. 2012, nr 1, s. 13–19. ISSN 0099-1333.
25. RANI P. Study on library resources with services satisfaction based on students and faculties: in an institution. *International Journal of Applied Engineering Research*. 2018, nr 22, s. 15443–15450. ISSN 0973-4562.

26. RASUL Aami, SINGH Diljit. The role of academic libraries in facilitating postgraduate students' research. *Malaysian Journal of Library and Information Science*. 2011, nr 3, s. 75–84. ISSN 1394-6234.
27. RILWAN Adam. Assessment of library service quality and user satisfaction among undergraduate students of Yusuf Maitama Sule University (YMSU) Library. *Library Philosophy and Practice*. 2017, s. 1–20. ISSN 1522-0222.
28. SALAUDDIN Nazia. Perceived user satisfaction with library resource and service performance at the Tagore Library, University of Lucknow. *Research Journal of Library and Information Science*. 2018, nr 2, s. 12–18. ISSN 2637-5915.
29. SHAW Leah. Representations of librarianship in the UK press. *ASLIB Proceedings*. 2010, nr 6, s. 554–569. ISSN 0001-253X.
30. SOHAIL M.D. & RAZA Mazoom M. Measuring service quality in Dr Zakir Husain Library, Delhi: a survey. *Library Philosophy and Practice*. 2012, s. 1–13. ISSN 1522-0222.
31. SWAN John E., COMBS Linda Jones. Product performance and consumer satisfaction: a new concept. *Journal of Marketing*. 1976, nr 2, s. 25–33. ISSN 0022-2429.
32. TETTEH Evelyn Ogbuo Apronti, NYANTAKYI-BAAH Lydia. Library value through user satisfaction: the case of academic libraries in Ghana. *International Journal of Library and Information Science*. 2019, nr 5, s. 44–57. ISSN 2141-2537.
33. TIEMO Pereware Aghwotu, ATEBOH Benedict Alaowei. Users' satisfaction with library information resources and services: a case study of College of Health Sciences, Library Niger Delta University Nigeria. *Journal of Education and Practice*. 2016, nr 16, s. 54. ISSN 2222-1735.
34. WATSON Lemuel S. How do students' perceptions of their library usage influence their educational outcomes? *College Student Journal*. 2001, nr 3, s. 366–372. ISSN 0146-3934.
35. ZEITHAM Valerie, BITNER Mary J. *Service marketing: integrating customer focus across the firm*. Nowy Jork: McGraw-Hill, 2000. ISBN 978-0072312218.

Marcin Pędich
mpedich@gmail.com

An intercultural analysis of library buildings in Galway County, Ireland

(Analiza międzykulturowa budynków bibliotecznych w hrabstwie Galway w Irlandii)

Słowa kluczowe: budynki biblioteczne, architektura biblioteczna, wymiary kultury, biblioteki irlandzkie

Abstrakt: Publikacja jest efektem wizyty studyjnej w Galway w Irlandii, podczas której poddano obserwacji organizację przestrzenną lokalnych bibliotek. W badaniu wykorzystano metodologię stosowaną wcześniej w obserwacjach niemieckich i polskich bibliotek akademickich. Pozwala to na pewne porównania, aczkolwiek z zastrzeżeniem, że charakter próby z Galway różni się nieco od tej użytej i zaprezentowanej wcześniej. Nawet jeśli pominięto niektóre porównania, autor wyraża nadzieję, że dogłębna analiza pięciu różnych bibliotek w jednym hrabstwie w Irlandii może stanowić źródło zainteresowania czytelników.

Keywords: library buildings, library architecture, dimensions of culture, Irish libraries

Abstract: This article is the result of a brief study visit to Galway, Ireland, in the course of which I had the opportunity to observe the spatial organisation of local libraries. In the study I have used methodology previously applied to observations of German and Polish academic libraries. This allows for some comparisons, albeit with the disclaimer that the character of the Galway sample is slightly different from the one used and presented previously. Even if any comparisons are to be disregarded, I present an in-depth analysis of five various libraries in a single county in Ireland, which might be of interest to our readers.

Galway University Library

Considering how large and important the University is, this library is the best place to start. It is located in the James Hardiman Building, at the very heart of the university campus. The building is a mix of brutalism and modernism typical of the 1970s (it is very similar to the Nicolaus Copernicus University Library in Toruń) and must have seemed like the peak of modernity in its day. It is a three-storey structure, housing 700 thousand volumes, including over 500 thousand printed books.

Two caveats need to be made. Most importantly, the James Hardiman Building is old and it shows (see image 1). By the librarians' own admission, it is at the end of its lifecycle and there are, indeed, plans to build a new one within the next few years. However, it is quite flexible, so one could argue that its current arrangement is still largely a matter of choice.

Another issue that needs explaining is the adjacent Nursing and Midwifery Library. While it is technically in a separate, three-storey building, with its own name and, presumably, a separate collection, it is also tiny and freely accessible from the main library building, has no website of its own, and does not seem to have any staff. It is therefore treated as a part of the James Hardiman University Library for the purposes of this study.

Image 1. The James Hardiman Library Building at the Galway University Campus



Source: NUI Galway. In *Wikimedia Commons* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=118032931>.

Individualism

There are open stacks areas in the James Hardiman Library (albeit inaccessible during my visit, due to pandemic restrictions), but they are small in comparison to the number of reading spaces. It is clear that the main access paradigm is through lending from closed stacks, which are located in the basement.

The library is divided into parts primarily based on subject matter, though this division is not very prominent. There are separate sections with journals, video, and microfilms, but most of the accessible collection consists of books divided by subject. Crucially, the various floors of the library contain books on different subjects. Nevertheless, the division is not made obvious – the whole open stacks collection is in a single (mostly) open space, albeit stretched over a number of floors. Neither is there particularly conspicuous signage denoting individual floors or parts of the library as dedicated to a particular subject area. The one exception is the Nursing and Midwifery Library mentioned above.

There are quite a few group study rooms in the library, located in two different places in the building, as well as another three in the adjacent Nursing and Midwifery Library. There is also a Postgraduate Reading Room, but it most likely serves more as an office space for PhD students than an actual reading room. There are no designated areas for more senior faculty members.

Neither is there any room for readers to socialize. Although the size of the library and abundance of group study rooms makes it possible to mingle, the highly stressed requirement for silence strongly discourages socializing. There are, however, some sofas and armchairs in the hallway of the James Hardiman Building, through which one enters the library.

Computerisation and automation is also very visible. There are a lot of computers in the library, but only a few information desks (mostly circulation desks at the entrance). Although most of these computers are located in a few designated „PC Suites”, rather than dispersed throughout the building. There are also self-service stations for lending out books from the open stacks section, as well as drop-in boxes and automated lockers for picking up books on order from the closed stacks part of the collection.

While no other University facilities, with the exception of the Postgraduate reading room, occupy any space in the library building, it is in fact closed to the public. I had to get permission to even look inside. I was told by the staff that this is a common practice in academic libraries in Ireland, although the ATU Library in Galway is open to anyone.

The overall impression that the library building makes is unimpressive (pun intended). There is very little variety in the interior's furnishings. There are a few different types of desks, but other than that it is all fairly uniform in style. There is also no art or decoration of any kind. The building itself might have had quite the wow factor when it was built in the 1970s and is indeed a great example of the architecture of the period. The university campus guide even recommends this area as an attraction, because of the characteristic architecture of the surrounding buildings, including the Hardiman Building. It still can make quite an impression under certain circumstances, as demonstrated by some of the night-time photos that can be found on-line (cf. image 2). Nevertheless, there is a reason this style of architecture was abandoned and time has not been generous to the library building. At most times and most angles it looks like a drab, dull concrete block. The unimaginative interior furnishings and visibly deteriorating infrastructure add to the negative impression.

Image 2. James Hardiman Building by night



Source: James Hardiman Library, University of Galway. In *Google Maps* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x485b96f3c27c4a39%3A0xf20fbab62b-b8e469!3m1!7e115!4shttps%3A%2F%2Flh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPKsSjev_qSkYoXnJpHxjIBGzunVukdM-QMksMD%3Dw1916-h957-n-k-no!5sJames%20Hardiman%20Library%20-%20Google%20Search!15sCgIgAQ&imagekey=!1e10!2sAF1QipPKsSjev_qSkYoXnJpHxjIBGzunVukdM-QMksMD&chl=en&csa=X&ved=2ahUKEwj17u7K0u77AhXrlosKHZcZCzsQ7ZgBegQIXRAC.

On the whole, this gives the library a very average level of Individualism, as elements that suggest collectivism are equally numerous to those that point to a higher IDV. This seems inconsistent with Ireland's cultural background, which is characterised by moderately high individualism – Hofstede [3; 4] gives Ireland an IDV score of 70 – and a stark departure from the modern standards of library architecture and design. Not only are there

fewer elements promoting high individualism, but more importantly, there are many more aspects that point towards low IDV than is suggested by modern standards of library architecture and design. The James Hardiman building also differs in this respect from other libraries in Galway, which are closer to the theoretical model (cf. figure 8). This is most likely related to the use of closed stacks and the library's age, although, as mentioned before, its open plan would allow for it to be reorganised to reflect more modern design sensibilities.

Uncertainty Avoidance

The James Hardiman Library building clearly follows the essential tenets of flexibility, as understood in the period when it was built. The whole structure is based on pillars, with no load-bearing walls, other than the ones surrounding the centrally located hubs with lavatory facilities, staircases, lifts, and technical utilities¹. However, the size of these hubs and their central location is something of a problem, as they take up a large chunk of the interior and obscure lines of sight. More importantly, the library does not seem to have taken advantage of this flexibility, as the layout still feels very much like the 1970's concept of modernity.

While the library does have an essential internal division, it is not in any way obvious to observers. This also applies to the division between patrons' and librarians' areas. Although there is a clearly separate staff area, there are also many small offices on the lower floors, which intermix with the readers' area. Although, admittedly, in some cases this is probably meant to facilitate contact with the staff. The centre of gravity of every floor is somewhere between the two communication and utilities hubs, among the open stacks, so one can say that both the reader and the books are at the focal point.

While access to the library is strictly controlled (with gates opened by library card and lack of access to the public), inside there seems to be hardly any oversight. There are but a few librarians, mostly at the entrance, and it is easy to remain hidden from view. There are also very few closed doors, other than those leading to staircases. These are fire doors and remain shut at all times. There are also some locked doors, leading to the James Hardiman Research Building, but they are on the perimeter and do not obstruct the movement of patrons. The same applies to the few offices and group study rooms. Neither are there many prohibition signs in the library. There is overall not much signage. The most conspicuous signs are the ones admonishing readers to remain quiet, which seems to be something of a key issue for the library, perhaps pointing to some tension between student behaviour, prompted by the rather open spatial arrangements, and the natural conservatism of a library that has been occupying the same (largely unchanging) space for 50 years.

This conservatism can also be seen in the library's surprisingly high apparent uncertainty avoidance. While the number of elements that would drive UAI down is similar to that of the other libraries in Galway and in the theoretical model, the number of factors that might indicate higher uncertainty avoidance is far greater than in either of those².

¹ It would not have looked out of place in Cudnik's 1980 compendium on library architecture and design

² For questions where it was impossible to give a single unambivalent answer, I opted to select more than one answer, which seemed reasonable, considering the nature of the questionnaire. If one were to assume that

It also seems to be at odds with Ireland's cultural dimensions scores, as calculated by Hofstede [3; 4], who gives Ireland a UAI score of 35. As I have shown before [5;10], libraries with closed stacks systems tend to have higher uncertainty avoidance. This might be one of the factors here, alongside the age of the building and apparent lack of major updates to its spatial organisation.

Power Distance

Controlled access seems to be the only status symbol in the library. It also feels, as was already mentioned, very open. Technically the whole library is an open space, with no internal divisions, although there are a few offices and group study rooms around the perimeter, as well as locked doors to the adjacent James Hardiman Research Building. However, due to their location, they do not impact this sense freedom of movement significantly. Even the PC suites are not in separate rooms. The only exception to this is the Nursing and Midwifery Library, which is in a separate building, connected through a short corridor. However, this open design is significantly hampered by the centrally located communication hubs, one of which contains lavatory facilities, staircases, and lifts, and the other serving technical purposes. Their size means that they obstruct lines of sight making the library seem smaller and harder to navigate than it actually is.

The only function that this space serves, which goes beyond the core tasks of the library, is to house the Postgraduate Reading Room, which seems to be more of an office space for PhD students, than an actual reading room.

As far as style is concerned, the Galway University Library is, as mentioned before, very unimpressive. There are no decorative elements inside and no plants. While a lot of the furniture is new, it is very uninteresting and the interior looks visibly aged and worn out. Other than that standardisation and practicality dominate.

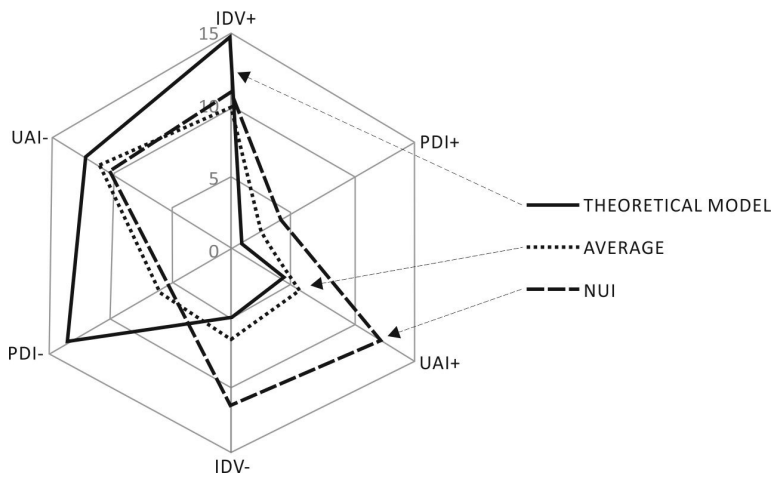
The library is, however, easily accessible. Assuming the starting point is the hallway of the James Hardiman Building (of which the library occupies but one wing), one only needs to cross the gates (which are opened with a library card) to enter the entry hallway where two circulations desks can be found. However, since these are designed to accommodate large queues and clearly not to provide information to patrons, it might be said that to have any meaningful interaction with the library, one must go further into the main open space area – through yet another door. If we take the outside courtyard as the starting point, that adds another double doorway (albeit automated).

In terms of power distance, the James Hardiman library building is much closer to other libraries in Galway: it has slightly more high PDI aspects and slightly fewer elements that would lower power distance, but the difference is not as apparent as is the case with the other two dimensions. While the latter number is a clear departure from what would be suggested by subject literature, the same can be said of every library in Galway and

contradicting answer “cancel out” instead, this would bring the number of elements indicating high UAI down a little, but also bring down the number of elements indicating low UAI. In the end, the James Hardiman library building would still be an outlier in the sample.

indeed most of the libraries I have studied in either Germany [9] or Poland [5]. Overall, the building's spatial arrangements suggest low power distance, which is also in line with the country's cultural values – Hofstede [3; 4] gives Ireland a PDI score of 28. Figure 1 shows the relative positions of apparent cultural dimensions of the National University of Ireland library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature

Figure 1. The relative positions of apparent cultural dimensions of the National University of Ireland library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature



Source: self-elaboration.

ATU University Library

Let us begin with explaining some of the confusion that may arise from the recent history of the library's parent institutions. In April 2022, mere weeks before my visit, the Galway-Mayo Institute of Technology had been officially dissolved and its functions transferred to the Atlantic Technological University, created through a merger of GMIT and two other institutes of technology. Therefore, in various sources (including on-line) the campus and the library within are interchangeably referred to as either GMIT or ATU Galway. Regardless of its name, the library is located in a modern building at the university campus, overlooking Galway Bay. More specifically, it is housed in its most iconic building, distinguished by its sail-like copper panels, which are meant to invoke both Galway's maritime traditions and technological innovation (see image 3).

Image 3. ATU Galway (former GMIT) library building



Source: ATU [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://www.atu.ie/sites/default/files/styles/homepage_hero/public/2022-03/GMIT-Galway-Campus.jpg.

Individualism

An open stacks area, holding 45 of the libraries 90 thousand volumes, occupies a large part of the building. Although this is not obvious at the first glance, this collections is primarily divided by subject matter – some classification numbers are held upstairs and the rest on the ground floor. It is further divided between the Journal Archive and the book collection, with both of these collections split between the two floors by subject, following the same classification. This division is slightly more conspicuous: broadly, it is journals to the left, books to the right. It is most clear on the upper floor, where journals are shelved along the left wall. The Western Theological Trust collection, which is also housed upstairs, is also clearly marked as separate. It should, however, be stressed that the whole collection is stored in a single open space.

There are 15 group study rooms in the library, with clear rules of booking, located upstairs along the left wall. It is clear that they perform an essential function in the library. There are, however, no special reading rooms, including for the faculty. The Postgraduate Research Office, located in the library, is in fact not a reading room, but an office space used by the university's numerous postgraduate students, who could not be accommodated elsewhere.

As for social spaces, there is an area on the ground floor with low sofas and a large table on the upper floor, which seem to facilitate this function (see image 4). It must also be noted that the library is part of a larger campus (entry is from a general purpose hallway), which provides space for such functions. There is in fact a cafeteria right opposite the library entrance.

Image 4. ATU Library lounge area



Source: author's collection.

Surprisingly, there is only one self-service checkout booth, which the librarians are not particularly happy with, although it does see a lot of use. This is unexpected, as all other libraries I have seen in Ireland, even the smaller public ones, do facilitate self-service and often have numerous devices. Similarly, information desks are more prominent than computer terminals. While computer stations can be found all around the library, they are placed rather discreetly, which makes the two circulation desks at the entrance more conspicuous. These terminals can only be used to access the catalogues. The general purpose PCs seem to all be housed in one IT room.

The whole interior is in the same modern style, but there is a number of different desk arrangements and styles, as well as some sofas. The views outside and down the light wells from the upper floor are also leveraged to provide interesting little corners to sit in. Overall the impression is positive: cohesive, but with enough variety.

The whole underground floor of the building is not a part of the library, but serves other purposes. One may say that, since the library is integrated into the wider campus, this area should simply not be considered as part of the library. On the other hand, it is still physically a part of a building erected specifically to house the library and there is a rather conspicuous closed entrance to the underground floor in the library. Other than that, the only area taken over for university purposes is the aforementioned Postgraduate Research Office. It is also specifically noted that faculty members are not allowed to book group study

rooms (presumably for classes). Furthermore, the library is also open to the public, which is, as I was told at the Galway University Library, not a standard for academic libraries in Ireland.

The interior of the ATU Galway library building is definitely interesting and attractive. It is also capable of inducing small gasps of delight, though perhaps not a particularly resounding „Wow”. The whole structure on the other hand, with its copper plating, is indeed quite impressive, at least when viewed from Galway Road and the bay. Overall the building suggests moderate individualism, in line with Ireland’s cultural dimensions values, similar to the other libraries in Galway (other than the James Hardiman building at NUI) and slightly less pronounced than subject literature would suggest.

Uncertainty Avoidance

The building is mostly flexible, although the light-wells might be a problem if major changes are needed. Open stacks are found at the centre of gravity of each floor and the building as a whole. For the most part, the division between the librarians’ and readers’ areas is preserved. There are a few offices accessible from the main open stacks area, but their purpose is to allow access to section librarians. They may perhaps be seen as something of a cross between an office and an information desk.

Although the library is divided into sections following a specific system (by subject between floors and between journals and books on each floor) and the Western Theology Collection is clearly marked out, everything is still located within a single open space, with clear lines of sight, even between the two floors.

Internet access is provided via WiFi. There is eduroam and a guest network that requires registration via phone number or e-mail, although it does not work terribly well – I only got the password on the next day after visiting the library. The internet can also be accessed from computers in the PC Suite. The ubiquitous computer terminals only provide access to the catalogues.

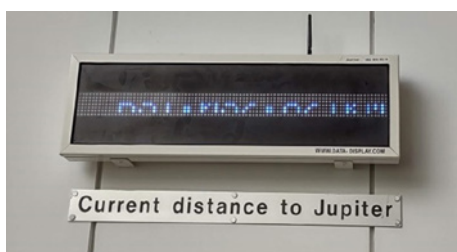
There is very little ostensible oversight over the readers. There are only a few staff members at the entrance, there are no conspicuous CCTV cameras, and some of the desks are deliberately arranged between the shelves in a way that allows for a greater degree of privacy. There are also hardly any barriers to movement within the library – the staircase is open and the only spaces with doors are located along the left wall. These are all fairly small areas with a specific purpose. There is also very little signage in the library. Overall this gives the ATU library a fairly low uncertainty avoidance score – much lower than the NUI library in Galway, but similar to Galway’s public libraries and in line with both Ireland’s cultural values [cf. 3; 4] and the assumptions of the theoretical model [cf. 10].

Power Distance

The library is definitely not intimidating – there are no librarians' status symbols in it and it seems very open and accessible. Most of it is a single open space available to the readers. However, the library does not offer any functions that would go beyond its primary tasks, even though there is a significant part of the building itself taken over for university use (entire underground and the Postgraduate Study Office).

While the interior of the building is pleasant and does provide a few interesting details, its style has a clear focus on modernity and practicality, with few decorative elements, other than the (admittedly, very cool) displays informing about the distance to other planets in the Solar System (image 5). There is also no greenery in the library, other than what can be seen from the windows.

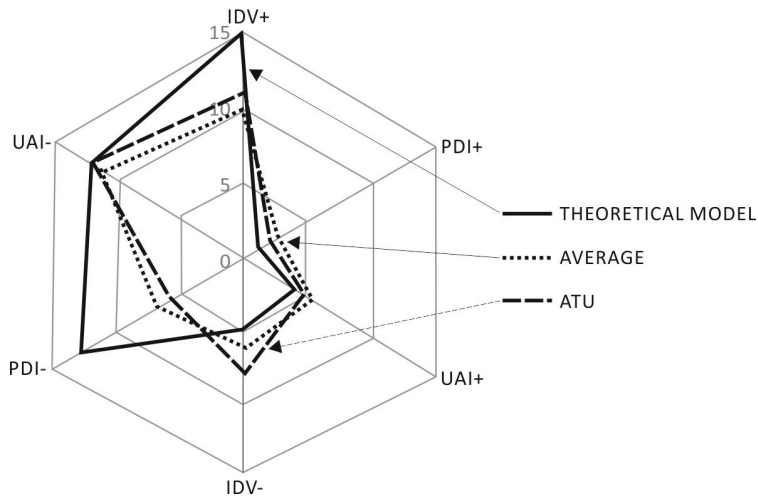
Image 5. ATU library, decorative element



Source: author's collection.

The library is only separated by a single fire door from the hall it shares with another campus building. If entering from the outside, one must also add a double automatic door leading into the hallway. Additionally, the door to the library is very close to the entrance to the whole building complex. The circulation/information desk is located immediately beyond the entrance door, on the left. Slightly further to the right there is the lounge area with the popular journals collection. Overall, the apparent power distance of the library building seems very low – not as much as in the theoretical model [cf. 9], which few libraries can compare with, but similar to the other libraries in Galway and in my other studies and in line with Ireland's low PDI level (see figure 9 and 2) [cf. 3; 4].

Figure 2. The relative positions of apparent cultural dimensions of the Atlantic Technical University library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature



Source: self-elaboration.

Galway City Library

Galway's main public library occupies half the ground floor of the Hynes Building – a recently refurbished three-storey office block from the 1970s, located in the very centre of Galway, in St. Augustine Street (see image 6). It has to be noted that the building was neither built specifically to house a library, nor dedicated entirely to it. Nevertheless, the space the institution occupies is clearly distinct and can be seen as a separate whole. The library seems rather small for a city of over 80 thousand inhabitants, however, this has to be seen in the context of the library system in Galway and Ireland as a whole, which is not like the one prevalent in Poland, i.e. a main central city library with smaller branches. Galway's libraries seem to be fairly independent, meaning that the city centre library is not superior to the others, but merely the largest and most centrally located public library. At the same time, all of Ireland has a single unified library system, with a common catalogue, which allows readers to borrow books from any library in the country and return them to any other library. This means that, from a certain point of view, the available library collection is much larger than what is housed in the library at any given time.

Image 6. Galway City Library, outside view



Source: Galway City Library. In Facebook [Dokument elektroniczny]. Tryb dooępu: [https:// www.facebook.com/galwaycitylib/photos/pb.100064774203804.-2207520000./4574735312541392/?type=3](https://www.facebook.com/galwaycitylib/photos/pb.100064774203804.-2207520000./4574735312541392/?type=3).

Individualism

The whole library is an open stacks area or, more precisely, two such areas, housing the whole collection. Although some books can be brought in from the external administrative building, they do not form a significant part of the collection. The library is divided into two distinct parts – for adults and for children – which are housed in two different rooms and have separate circulation/information desks. The children's library seems to have even had its own separate entrance at some point. Within each section, all the materials are in one room, but there are separate shelves for audiobooks, journals, graphic novels, etc. The books themselves are divided by subject matter: fiction, history etc.

There is a large separate room in the main section of the library, which can be and indeed is used for group work. There is also a round table in the open stacks section and a similar table for small children in the childrens' section. Considering the size of the library, this is a lot of group study space.

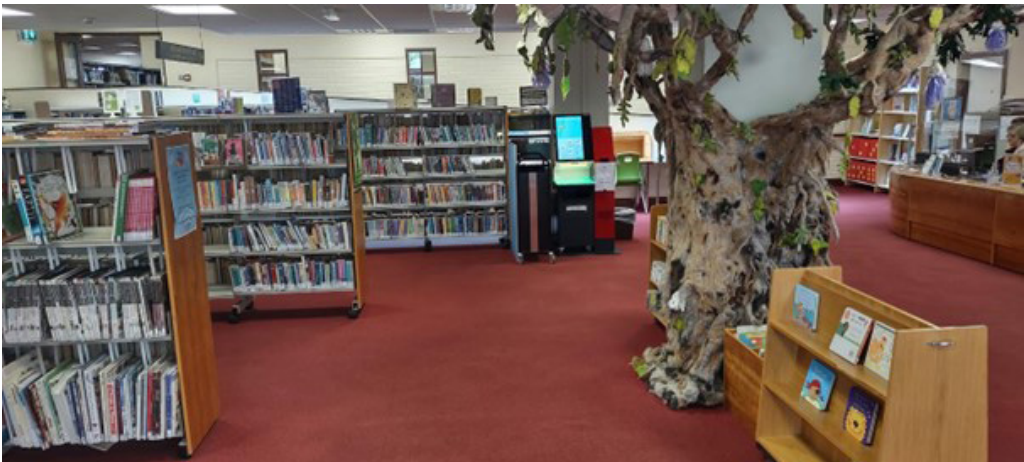
However, there is no dedicated space for patrons to socialise, which is probably due to the small size of the library. There are the aforementioned round tables and some of the ubiquitous armchairs are placed in pairs, but it would be hard to have a conversation there

without disturbing other patrons. Children, on the other hand, have ample space to mingle. Generally no other functions are performed in the part of the building dedicated to the library that are not related to its core tasks.

There is a self-service checkout terminal at the entrance to the library and another one in the children's section, but other than that computers do not dominate. There is a large and conspicuous information/circulation desk right at the entrance, while computer stations are well hidden in a corner, behind some bookshelves. There are also a few tablets affixed to the walls in various places, but they are rather inconspicuous. They were offline during my visit and nobody seemed particularly upset about it, which indicates that they do not see much use.

The interior organisation and décor is quite varied for a space of this size. Firstly, there are the two distinct areas, with the children's section especially richly decorated, complete with a fake tree in the middle of the room (image 7). There is also a variety of desks and seating – from comfortable armchairs to tiny children's tables. All in all, it is an interesting space and the children's section is nicely decorated, but overall it is not exceptionally impressive. From the outside it mostly looks like a storefront from the 1990s. Nothing here that could be described as a „wow factor”. Nevertheless, overall Galway City Library building suggests moderate individualism, perhaps slightly lower than other public libraries in Galway, but higher than the James Hardiman building at the NUI campus (cf. figure 8). While it does not reach the apparent IDV levels suggested by subject literature, few libraries do.

Image 7. Galway City Library, children's area



Source: author's collection.

Uncertainty Avoidance

Although the library is separated into two distinct sections, both of them are essentially flexible open spaces. Moreover, the bookshelves are on wheels, making it extra easy to transform the space if need be.

One is tempted to say that the door between the two sections of the library is at the centre of its gravity, which would put the reader (slightly ambiguously) at the focal point. This is actually repeated in the layout of both areas, although in the children's reading section the fake tree is in the middle of the room. The librarians' back rooms are accessible through doors safely tucked away behind circulation desks, so they do not interfere with the patrons' movement.

How is the interior space of the library organised? This question is not easy to address. On the one hand, the division between the adult and children's section could not be more clear, but on the other, both parts are open stacks areas and there are no separate computer rooms or group-work areas.

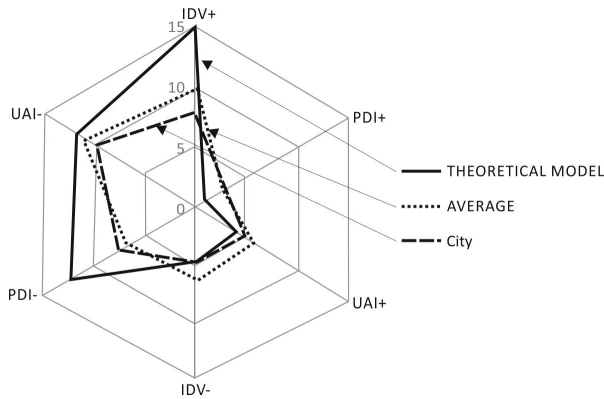
Little control is exerted over the readers' activity. Internet access is provided via an open WiFi network. Oversight is mainly performed through CCTV. The open space with few doors creates hardly any obstacles to the readers' movement, even if there are some no entry signs. The „beautifully crafted” [11] and designed information signs in both of Ireland's languages are definitely the most prominent signage in the library. This gives the building an apparent uncertainty avoidance score similar to that of the ATU library and slightly higher than the smaller Westview and Oranmore libraries (cf. figure 10). It is also close enough to the assumptions of the theoretical model [cf. 10].

Power Distance

There are no status symbols in the library, no prominent counters, no constant oversight. The library also feels open and accessible. The two distinct sections are both open space areas and the whole library has an unassuming friendly quality. There is even a potted plant or two, although the most prominent piece of greenery in the library is the fake tree in the children's section. There are only two doors to pass to enter the library, one of which is open in summer and the other opens automatically. There is a circulation desk right next to the entrance, but the stacks are right behind it.

If there is any criticism to be made of Galway City Library, it is that it lacks a distinct style. It seems pragmatic, but not in the soulless corporate style and it is quite cosy and friendly. The dual-language signage using stylised lettering is a clear invocation of Irish heritage, but other than that there is nothing overtly „historical” about the style, nor indeed anything distinctly modern. This gives the library a slightly lower apparent power distance level than the other libraries in Galway, though not as low as the theoretical model would suggest (see figure 3) [cf. 9].

Figure 3. The relative positions of apparent cultural dimensions of the Galway City Library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature



Source: self-elaboration.

Ballybane Library

The Ballybane Library occupies the whole ground floor of a three-floor building and houses around 35 thousand volumes (image 8). The building also houses the La Nua Psychiatric Day Hospital. It is slightly off the beaten track, in a residential neighbourhood, but close to the ATU Campus and the very picturesque Merlin Park (complete with the ruins of a very small castle).

Image 8. Ballybane Library entrance



Source: author's collection.

Individualism

The whole collection is available in open stacks. Its main and most conspicuous division is between the children's section on the right and the adult's section on the left. Other than that, form, purpose, and audience are all taken into account, as well as subject matter. Thus, there are three shelves with audiobooks – fiction, non-fiction, and children's audiobooks. There are separate sections for children of various ages, a shelf with large print books, and a section titled „coffee table books”, which contains richly illustrated books in large formats (like albums of art and photographs) – the type of book one would put on a coffee table. It is important to note that the whole collection is placed in a single open space with no clear boundaries, allowing young readers to wonder into „older” sections of the library.

There are no group study rooms in the library and other than the tables in the children's section, there isn't really much space that could be used for group work. Neither is there really any space dedicated to socializing, although there is coffee served in the library.

There are two self-service check-out devices in the library and in general computers seem to be more exposed. There is a rather conspicuous information/circulation desk, but the first thing one walks into in the library is a row of computers. This is a long desk, where all the computers are located. There are only a few of them, but for a library this size the number is quite large.

There is a diversity of seating arrangement in the library, if only because there is a large children's section, but compared to other public libraries in Galway, less effort has been made to „spice up” the space. Therefore, one cannot really speak of a „wow factor” in the context of this library. There is nothing remarkable about its design and not just because of its size. Neither is it particularly unappealing or uniform in style. It has the usual mix of elements one would expect to find in a small public library with a broad user base. Despite this lack of style, Ballybane Library suggests, on the whole, slightly higher individualism than the other public libraries in Galway, though the difference is very slight. Beyond that, little can be said about it that has not been said about the ATU and City libraries.

Uncertainty Avoidance

The library occupies only a single floor in a larger building, which also houses the psychiatric day hospital. Nevertheless, this space is a single open area with no dividing walls, giving it a high degree of flexibility. Its centre of gravity is somewhere between the open stacks of the children's and adult's section, putting the readers in the focal point. The librarians' section is in a room hidden behind the circulation desk. The whole library is a single open space and, while it is obvious where the children's and adult's sections are, there are no walls or barriers between them.

Little effort has been made to control the patrons' activities. Theoretically, the librarian can see most of the interior, as it is a single open space. This however seems to be a coincidence rather than a deliberate attempt at control. For instance, the young children's section table is hidden behind a bookshelf, half the monitor screens face the other way from

the circulation desk, and parts of the adult section also remain out of line of sight, because the room is roughly crescent shaped. Neither are there any obstacles to movement, as the library is a single open space. There is also very little signage of any kind and internet access is provided through an open WiFi network with no login required.

Overall, the building seems to suggest slightly greater uncertainty avoidance than the other library buildings in Galway or the theoretical library based on subject literature (see figure 10) [cf. 10], though this discrepancy is not huge and seems to be more incidental than deliberate.

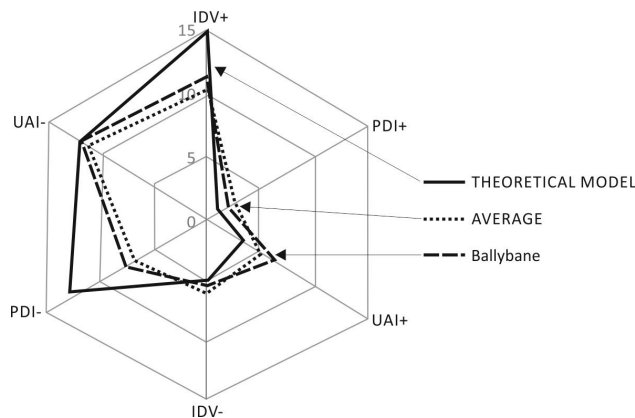
Power Distance

There are no status symbols in the library – the circulation desk is large, or rather long, but low and utilitarian. Overall the library is very modest. Its open space also feels very open and accessible. Apart from the coffee machine at the entrance, no space has been dedicated to functions other than the core tasks of a library.

As mentioned, it is the usual mix of numerous armchairs, desks, and children’s furniture one would expect in a small public library. The coffee station at the entrance gives it a particularly friendly feel, which is also an apt description of the overall style of the library, although there is no greenery of any sort.

The library is entered through a small windbreaker with a single door on each end, which can be opened with the press of a button for people in wheelchairs. The first thing one meets upon entering is a desk right opposite the door, which is the home of the coffee maker, and the next thing is a row of computers. Therefore, the library building seems to project very low power distance, similar to the assumptions based on subject literature [cf. 9] and slightly lower than the other libraries in Galway (cf. figure 11 and 4).

Figure 4. The relative positions of apparent cultural dimensions of the Ballybane Public Library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature



Source: self-elaboration.

Westside Public Library

The Galway Westside Library is located, unsurprisingly, on the western outskirts of the city, in the eponymous neighbourhood of Westside. It is located in a very appropriate spot, next to the local community centre, a TUSLA family services office, a resource centre offering office space for various organisations, and the parish church. The building itself somewhat resembles an indoor swimming pool and is interesting, but rather ugly (see image 9). However, its construction does allow a lot of natural light inside.

Image 9. Westside Public Library building



Source: author's collection.

Individualism

The library holds a collection of around 60 thousand volumes, all of which are held within one open stacks area, with only one partial partition wall dividing it. The organisation of the collection is (similarly to Galway City Library) uniquely user centric: individual shelves or areas house parts of the collection selected by target audience, by form, and by subject matter. So there is a young children's area and a section for older children, as well as an audiobooks and visual novel shelf, but also a parenting section, an Irish authors section, etc. It all seems rather chaotic at first, but the end result is, in my opinion, very practical, putting user needs ahead of having a rigid system. Because of the structure of the building, the division between the adult and children's sections is less obvious than in Galway's other public libraries. The only part that is quite clearly and deliberately marked out is the youngest readers' section placed in a half-open children's playhouse (image 10).

Image 10. Westside Public Library, young readers' section



Source: author's collection.

There are no group study rooms in the library, but there is a large table in a cul-de-sac behind a partition wall, which would be a good place for group work. There is also a separated maker space with a large communal table, although it is not meant to be used as a group study room, but rather for crafts, club meetings, and similar activities. Unsurprisingly, given the size of the library, there are also no dedicated spaces for patrons to socialise, although people do at the group study table. Moreover, craft (e.g. knitting) clubs meet in the Maker Space, where they can not only pursue their interests, but also socialize over tea or coffee prepared in a tiny kitchenette.

Like, as it would seem, all public libraries in Ireland, the one in Galway Westside is equipped with two self-service check-out stations, right in front of the entrance. Other than that, however, the circulation and information desk placed in the middle of the library is much more exposed than the rather inconspicuous computer stations, most of which are collected in one area.

The interior is fairly varied, with different types of desks and seating, as well as the group study table, the children's „playhouse”, and the Maker Space. Books are generously used as decoration around the library. If anything can be held against it, it is a sense of chaos, rather than a lack of variety.

While the building is fairly modern (dating from the early 2000s) and not without its charm, it has not aged well. The interior is, as mentioned, somewhat chaotic rather than impressive, though it cannot be described as boring or unappealing either. The playhouse area gives it some extra appeal, as does the generous use of books as decoration, but it is not enough to give it a definite „wow factor”.

Uncertainty Avoidance

Most of the building forms a single open space, divided only with bookshelves and partition walls, which gives it a lot of flexibility. The only more permanent elements are a small entry hallway and the tiny kitchenette behind its wall.

The only two clearly separated areas of the library are the Maker Space and the half open „playhouse” with the youngest readers’ collection. The group study table is also somewhat separate, with walls on three sides. For such a small open-space library, that is quite a lot of semi-closed-off spaces. Nevertheless, the whole library is a single open space and there are no real restrictions to patrons’ movement. Although the Maker Space is closed to regular readers, it is hidden off to the side and does not get in the way of moving freely around the library.

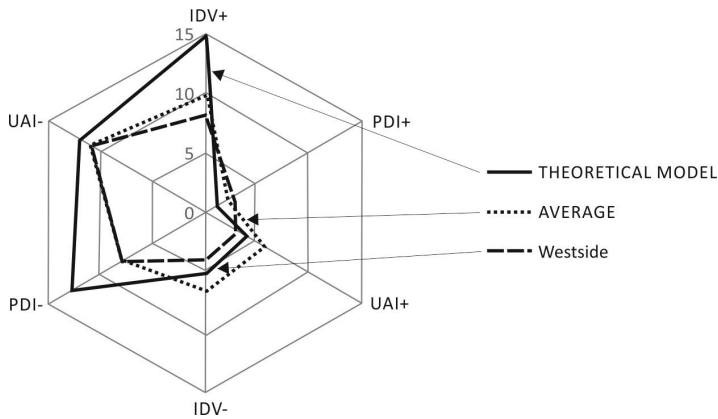
Right in the middle of the building there is a circulation and information desk, which commands a view of most of the interior. However, there are a few places to hide in the library and control does not seem to be important to its layout. Neither is it a priority when internet use is concerned, as it is accessible through an unsecured WiFi network with no login required. There also seems to be little conspicuous signage in the library. This contributes to the building’s overall very low apparent uncertainty avoidance. Its numerical score is lower than that of most other studied libraries (cf. figure 10) and indeed lower than what is suggested by subject literature [cf. 10].

Power Distance

There are no elements in the building that could be considered status symbols and it seems very open and accessible. Although it does not fulfill many functions that would obviously go beyond a library’s core tasks, it does include a Maker Space, complete with a 3d printer and a kitchenette, which is quite a lot for an institution of this size. The style and furnishings of the library definitely stress comfort and „friendliness”, although it does seem a bit chaotic. There are no plants or flowers in the building.

Entrance to the library leads through a single door from the outside, leading to a small hallway, from which another door leads into the library. The first of these is open, the other automated, albeit a bit unreliable. The first thing one sees upon entering the library are the two self-service check-out terminals are directly opposite the door, but the circulation desk is right next to the entrance. Overall, the library building seems to project a low power distance, similar to that of other libraries in the area, although not as low as the academic libraries I have studied previously or the idealised model based on subject literature (see figure 5) [cf. 9].

Figure 5. The relative positions of apparent cultural dimensions of the Westside Public Library building in Galway, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature



Source: self-elaboration.

Oranmore Public Library

Oranmore is a town of five thousand inhabitants, located nine kilometres east of Galway. While it is not part of Galway itself, it is reachable by city bus. Oranmore is home to a medieval castle (now in private hands) and a nineteenth-century neo-gothic church, which houses the local public library (see image 11). The temple was deconsecrated in 1972, after it had been replaced by a new parish church, and, as the locals tell it, would have been demolished in the nineties, had the local community not come together to save it and have it converted to a library. With this unusual location, it is one of the most unique small public libraries out there.

Image 11. Oranmore Public Library interior with stained glass windows



Source: author's collection.

Individualism

The whole, albeit tiny, collection is available from open stacks. There is a clearly distinguishable children's section, but the whole collection is placed in a single open space. Probably due to the small size of the building, there is no space for group work, not even a larger table. Neither is there really any room for patrons to socialize, although there are a few armchairs placed in a manner that would facilitate conversation (image 12). There is also a café just across the street.

As in all public libraries in Ireland, there are self-service check-out stations in the building and a few computers gathered in one corner, but the information desk clearly dominates the interior much more than the machines. Other than that, the library is equipped with the usual mix of armchairs, desks, and children's furniture. However, the stained glass windows and the choir decks above the entrance have been preserved, adding to the variety and giving it a truly unique, magical feel.

Undoubtedly, the „wow factor” is strong with this one and it comes primarily from the beautiful building itself. Churches often strive to awe and this is additionally an historical building, built in a style imitating history even older than itself, with grey stone walls, a carved wooden choir deck, and beautiful stained glass windows. An additional sense of excitement is provoked by the surprise of finding a library in this location. Although I would argue that it is also oddly fitting for a library to occupy a „holy space”. Especially one that is clearly so important to the community.

Overall, the library building seems to project moderately high individualism, somewhat lower than subject literature prescribes, but very similar to other libraries in the area (see figure 8).

Image 12. Oranmore Public Library interior



Source: author's collection.

Uncertainty Avoidance

The library, although it occupies an adapted building, is flexible, mostly by virtue of occupying a single open space with few divisions, which allows for easy changes. This is helped by the fact that the roof is a self-supporting structure, with no upright posts inside the church [2]. In a bit of a twist, flexibility is facilitated by the fact that this space was not designed for a library and has therefore no preconceived notions of what the spatial arrangement needs to be.

The circulation desk is off to the side and the bookshelves are mostly lined up along the walls, placing the patron in the library's centre of gravity (cf. image 11). Despite its small size, the library manages to preserve a clear separation of functions by using the raised choir deck as storage space and back office. Other than that, there are few internal divisions in the single open space occupied by the library.

The librarians have easy oversight of the space, as they can see most of the interior from the circulation desk, but with the tiny size of the library it is hard to say whether this is a design choice or just a side effect of the convenient placement of the circulation desk. Certainly other aspects of the library's organisation do not point to a particular preoccupation with control. There is internet access on the library's own computers and through an open WiFi network. The whole library is a single open space with few obstacles to obstruct the movement of patrons. Only the storage space on the choir deck is naturally separated from the main floor, because it is on a raised platform. Neither are there many prohibition signs. There are some rules and regulations on display, but most of the signage is informative in nature. All this gives Oranmore Public Library the lowest apparent uncertainty avoidance of all the studied buildings and indeed lower than is suggested by subject literature (cf. figure 10).

Power Distance

There are no status symbols in the library, other than the fact that it is in a literal temple (although this is, admittedly, a big one). The designers thankfully resisted the urge to place the circulation desk where the altar would have originally been located. The whole interior is a single open space and even the „back rooms” are visible, as they are placed on the open choir deck, giving the building an air of openness and accessibility, despite the somewhat intimidating demeanour of a nineteenth-century church in a graveyard. The sense of openness is also helped by ease of access: the library is on the ground floor (the small church has no steps leading up into it) and the interior is separated from the outside with only the original double door of the church (open in summer), followed by a modern automated door of the type found in other libraries in Galway county (cf. image 13). Although there is also an open iron gate separating the street from the graveyard in which the church is located (which, admittedly, might be slightly intimidating to some users).

Image 13. Entrance to the Oranmore Library, with bookdrop and flower pot

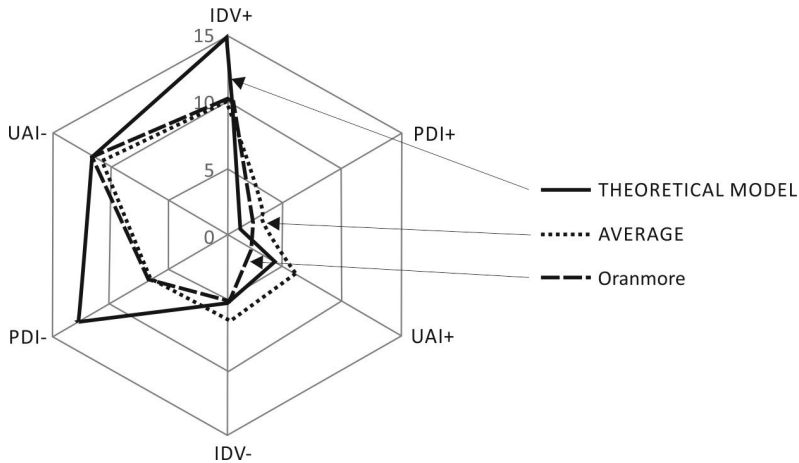


Source: author's collection.

For obvious reasons, the style of the building is informed primarily by its historical character and original function. It is definitely unique, as it is not a usual choice of a library building. By preserving the historical church structure, the library invokes a sense of history and tradition. Nevertheless, it seems very friendly, thanks to comfortable armchairs and bright colours. This impression is helped by the presence of potted plants both inside the church and in front of the entrance (cf. image 13).

The space is too small to house anything but the library, but a lot of events take place there nonetheless, so it operates a lot like a culture centre. The advantage of the library's diminutive size is that essentially everything inside it is close to the entrance. Unlike an actual church, the Oranmore Public Library building projects very low power distance, on par with other libraries in Galway, though slightly higher than in the theoretical model (cf. figure 11 and 6).

Figure 6. The relative positions of apparent cultural dimensions of the Oranmore Public Library building, compared to averaged results for other libraries in Galway County and results based on subject literature

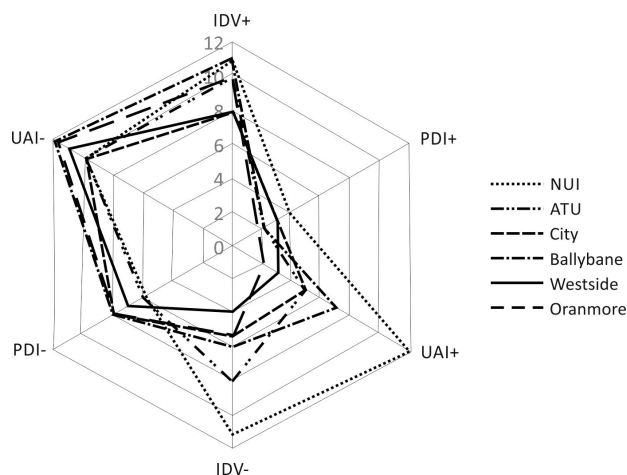


Source: self-elaboration.

Overview

As can be seen in figure 7, the library buildings in Galway are quite consistent in terms of their apparent cultural dimensions. This would make Irish libraries more similar to German ones, which in my studies turned out to be very consistent [cf. 5; 8; 9; 10], than to Polish libraries which are, to use a colloquialism, „all over the place”. This must be qualified with the caveat that the character of the sample is very different in this case: all the libraries are in one city and, more importantly, most of them are fairly small public libraries. Nevertheless, the Atlantic Technological University library also aligns quite closely with others. More importantly, the Irish public library system is much more integrated (and thus, presumably, standardised) than is the case in Poland, which could be a factor here. Broader research, involving more libraries in Ireland and, perhaps, a greater variety of library types in Poland, would be needed here.

Figure 7. Relative position of the cultural dimensions for various libraries in Galway



Source: self-elaboration.

The only outlier is the James Hardiman building of the National University of Ireland in Galway (cf. figure 1), which clearly diverges from the others in terms of elements that would lower its apparent individualism and increase uncertainty avoidance. The fact that the ATU library seems more aligned with the smaller public libraries means that this discrepancy cannot be ascribed to the difference between public and academic libraries. Instead, it is most likely caused by the fact that, as I have noted in my previous studies [5; 8; 9; 10], libraries with closed stacks lending systems tend to rank lower on individualism and higher on uncertainty avoidance³ and power distance. A similar pattern emerged in my study of German universities [8; 9; 10], where the only library with a closed stacks system – Zweigbibliothek Forstwesen in Tharandt – was also the only one that clearly diverged from the very uniform German sample.

However, the age of the James Hardiman building, which dates to the 1970s, could also be a factor. This gives rise to an interesting question: The NUI library building seems ite flexible⁴. Why then, was its spatial organisation not updated to fit more modern organisational and aesthetic standards? Or perhaps if it was updated, why did this not bring sufficient results? These questions are impossible to answer without a deeper dive into particular case studies and comparisons with other, similar library buildings, but they are nonetheless worthy of consideration.

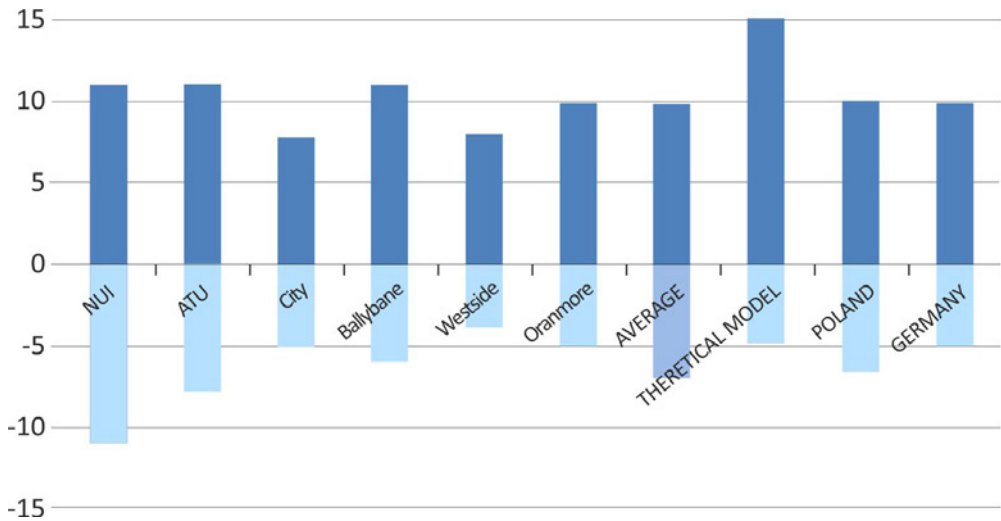
A similar case is that of the former University of Białystok (Poland) library building, currently housing Białystok's main public library. While this is a modern structure, it has been taken over by a completely different library, with a vastly different profile. And yet, as I have found, very few changes have been made in its spatial organisation, despite the fact that the objectives of a public library should be different than those of a university library,

³ This makes obvious sense, because closed stacks indeed do provide more security and control.

⁴ Certainly from an engineering standpoint, as understood by architects and librarians in its day [cf. 1].

not to mention that some of the building's arrangements were dubious to begin with [6]. These are examples of library buildings where inertia seems to have overcome the possibilities created by flexibility. Is this inevitable? This would be an interesting issue for further study.

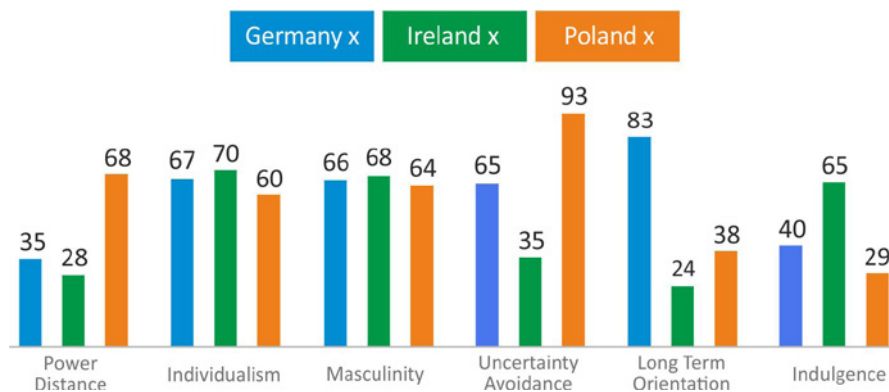
Figure 8. Apparent levels of individualism of the studied library buildings in Galway County, compared to the suggestions drawn from subject literature and averaged results for Polish and German library buildings obtained in previous studies [cf. 5; 8; 9; 10]



Source: self-elaboration.

Figure 8 shows the apparent levels of individualism of the various library buildings in Galway County, as well as the IDV level of the „ideal library” as presented by subject literature and the averages for all the national samples: Irish, Polish, and German. As it can be seen, the Galway sample is quite consistent. Not as much as was the case with German libraries [cf. 8], but definitely more so than in Poland [cf. 5]. While none of them reach the 5 number of elements promoting individualism that are suggested by the theoretical model, they do rank quite high, as would be expected from a country with an IDV of 70 [cf. 3; 4]. Although it should be noted that three of the six library buildings have more elements to their spatial arrangements that promote collectivism than is suggested by the idealised model, it is only a significant difference in the case of the James Hardiman building. The average IDV for libraries in Galway County is actually identical to that of Polish libraries and thus very close to the German average. This should not be surprising, given the similarities between these cultures (cf. figure 9), especially in terms of individualism, although the differences in the size and composition of the samples do not allow for definitive conclusions.

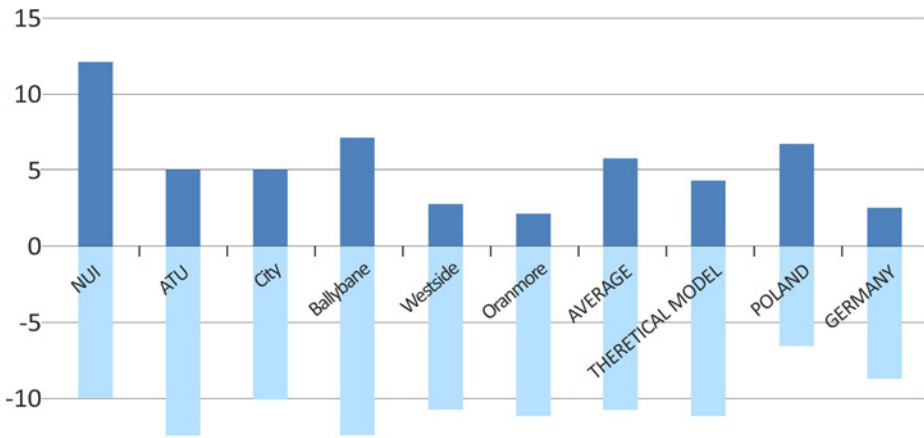
Figure 9. Comparison of cultural dimension levels for Ireland, Poland, and Germany, as provided by Hofstede



Source: based on *Hofstede Insights. Compare Countries* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.hofstede-insights.com/fi/product/compare-countries/>.

Figure 9 shows the level of uncertainty avoidance projected by the studied library buildings, as well as the UAI level in the theoretical model, as suggested by subject literature, and the averages for all the national samples: Irish, Polish, and German. The sample is less consistent here than in the case of individualism (cf. figure 8), with the James Hardiman building being the main outlier again, on the higher end of the UAI spectrum. However, Westside and Oranmore public libraries also differ from the others, with slightly lower apparent uncertainty avoidance. The average for all the studied libraries is very close to the theoretical model based on subject literature. It is in fact closer to it than the Polish and German average, which should be unsurprising, given that Ireland has the lowest UAI score of the three studied countries (cf. figure 9).

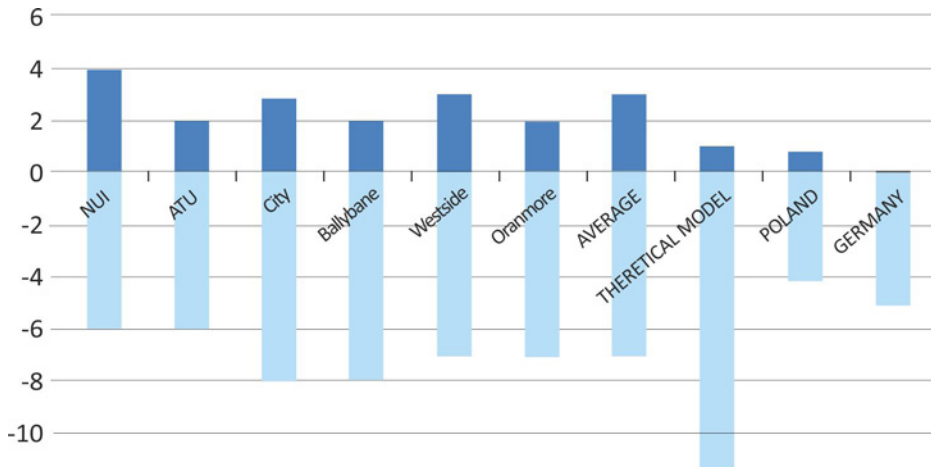
Figure 10. Apparent uncertainty avoidance of the studied library buildings in Galway County, compared to the suggestions drawn from subject literature and averaged results for Polish and German library buildings obtained in previous studies [c.f. 5; 8; 9; 10]



Source: self-elaboration.

Figure 11 shows the apparent power distance displayed by the studied libraries, as well as the PDI of the theoretical idealised library based on subject literature and the average results for all the national samples: Irish, Polish, and German. The average is again fairly consistent. Even the Hardiman Building only slightly diverges from it. More interestingly, said average is higher on the power distance scale than either of the other two national samples. This seems inconsistent with both the theoretical model and Ireland's national culture, which is characterised by PDI lower than that of either Poland or Germany (cf. figure 9). A few possible explanations come to mind. One is that this is a random quirk of the, admittedly, very limited research sample. The other is that this is connected to the fact that said sample is dominated by small public libraries. Finally, it is not inconceivable that there is something particular about Ireland's library culture that leads to this outcome. Given the limited nature of this study, it is impossible to tell at this point, but further research on more Irish libraries and on smaller public libraries in other countries might shed some light on the question. It must also be stressed that the effect is small and the studied libraries for the most part seem very open and friendly.

Figure 11. Apparent power distance of the studied library buildings in Galway County, compared to the suggestions drawn from subject literature and averaged results for Polish and German library buildings obtained in previous studies [cf. 5; 8; 9; 10]

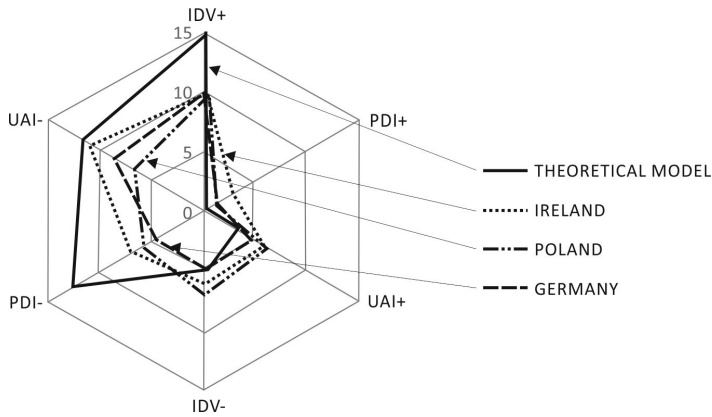


Source: self-elaboration.

Figure 12 presents the relative positions of averaged results for the three national samples and the idealised model library suggested by subject literature across all three dimensions. As can be seen, despite the differences described above, they are in the end quite similar to each other. Furthermore, while they do not exactly overlap with the theoretical model, neither do they wildly diverge from it. This demonstrates the strength of the spatial organisation standards developed in librarianship. Especially since, at this stage of the research, the differences between countries, while interesting, may also be put down to random chance, due to the limited nature of the studied samples and the inconsistencies between them. At the same time, as all three averaged results differ from the idealised model at similar points – primarily on high IDV and low PDI⁵ – it may be surmised that many libraries meet similar problems in striving to follow said standards. As mentioned before, more research would be needed here.

⁵ In terms of UAI they are both closer to the theoretical ideal and less consistent with each other.

Figure 12. The relative position of averaged scores for the three national samples as compared to the theoretical idealised model based on subject literature



Source: self-elaboration.

Bibliography

1. CUDNIK Zbigniew. *Skarbnice wiedzy: studium budownictwa bibliotek*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1980.
2. GALAWAY COUNTY HERITAGE OFFICE. *Oranmore Heritage Trail: 01. St. Mary's Church* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://heritage.galwaycommunityheritage.org/content/places/oranmore-heritage/oranmore-heritage-trail/01-st-marys-church>. Stan z dnia 10.02.2023.
3. *Hofstede Insights. Compare countries* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.hofstede-insights.com/fi/product/compare-countries/>. Stan z dnia 12.02.2023.
4. HOFSTEDE Geert, HOFSTEDE Geert Jan, MINKOV Michael. *Cultures and organizations: software of the mind*. New York, London: McGraw-Hill, 2010. ISBN 978-0071664189.
5. PEŁDICH Marcin. A comparative study of contemporary Polish and German library buildings through the lens of cultural dimensions. *Zarządzanie Biblioteką*. 2021, nr 1, s. 133–148. ISSN 2081-1004.
6. PEŁDICH Marcin. Biblioteka Główna Uniwersytetu w Białymstoku w świetle współczesnych trendów budownictwa bibliotecznego. *Bibliotekarz Podlaski*. 2005/2006, nr 11/12, s. 119–125. ISSN 1640-7806.
7. PEŁDICH Marcin. Biblioteka w pięciu wymiarach – budownictwo biblioteczne w kontekście wymiarów kultury według Geerta Hofstede. In BRZEZIŃSKA-STEC Halina (red.). *Kultura organizacyjna w bibliotece: ogólnopolska konferencja naukowa, Białystok, 4-6 czerwca 2007*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2008, s. 427–439. ISBN 978-83-7431-159-5.
8. PEŁDICH Marcin. Individualism and collectivism in library architecture. An analysis of selected new library buildings in the former East Germany. *Zarządzanie Biblioteką*. 2018, nr 1, s. 118–142. ISSN 2081-1004.
9. PEŁDICH Marcin. Power distance in library architecture. An analysis of selected new library buildings in the former East Germany. *Zarządzanie Biblioteką*. 2020, nr 1, s. 139–160. ISSN 2081-1004.
10. PEŁDICH Marcin. Uncertainty avoidance in library architecture. An analysis of selected new library buildings in the former East Germany. *Zarządzanie Biblioteką*. 2019, nr 1, s. 125–148. ISSN 2081-1004.
11. RIAIN Ciara Ní. Galway City Library, Galway, Ireland – an elegant oasis in the heart of a lively city. In *Library Planet* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://libraryplanet.net/2019/01/20/galway-city-library-galway-ireland-an-elegant-oasis-in-the-heart-of-a-lively-city/>. Stan z dnia 03.01.2023.

Alejandra Bautista Ortiz

Uczelnia Łazarskiego
boalece@gmail.com

Rola dyplomacji kulturalnej w promocji państwa i rozwijaniu stosunków międzynarodowych

Słowa kluczowe: dyplomacja, kultura, dyplomacja kulturalna, instytucje kultury, promocja

Abstrakt: Artykuł poświęcony jest skuteczności polskiej dyplomacji kulturalnej. Przedstawiono w nim pojęcia kultury, dyplomacji, w tym również dyplomacji kulturalnej. Opisano także model dyplomacji kulturalnej w Polsce, polską koncepcję polityki kulturalnej, sposób, w jaki jest ona prowadzona przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych, które jest skierowane na wpływanie na opinię publiczną w innych krajach, ponadto strukturę organizacyjną oraz zadania dyplomacji kulturalnej, a także analizę słabych i mocnych stron polskiej dyplomacji kulturalnej. Przedstawiono również krótką analizę wybranych przykładów polskiej dyplomacji kulturalnej, w tym działalność Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina oraz funkcjonującej w jego ramach biblioteki.

Keywords: diplomacy, culture, cultural diplomacy, cultural institutions, promotion

Abstract: The article focuses on the effectiveness of Polish cultural diplomacy. It defines the concepts of culture, diplomacy, and specifically cultural diplomacy. The article describes the model of cultural diplomacy in Poland, including the Polish cultural policy concept and its implementation by the Ministry of Foreign Affairs, which aims to influence public opinion in other countries. It covers the organizational structure and tasks of cultural diplomacy and analyzes the strengths and weaknesses of Polish cultural diplomacy. Additionally, the article provides a brief analysis of selected examples of Polish cultural diplomacy, including the activities of the Fryderyk Chopin Institute and its associated library.

Pojęcie i geneza dyplomacji kulturalnej

Kultura odgrywa dużą rolę w kształtowaniu polityki międzynarodowej. Dzięki niej dochodzi do interakcji, współpracy i zrozumienia między narodami. Ponadto kultura może służyć wpływaniu na poprawę i projekcję wizerunku państwa. Można powiedzieć, że praktycznie wszystkie działania o charakterze międzynarodowym są w jakimś stopniu zdeterminowane kulturowo.

Dyplomacja kulturalna to działalność, która zawsze w jakimś stopniu była obecna w naturze interakcji pomiędzy narodami, biorąc pod uwagę, że kultura na przestrzeni dziejów determinowała kontrast lub bliskość między grupami i formami zbiorowego działania.

W związku z tym warto omówić zasadnicze kwestie dotyczące relacji między kulturą a stosunkami międzynarodowymi, takie jak choćby kultura jako istotny element życia międzynarodowego, relacje wiążące kulturę z polityką i wpływ kultury na gospodarkę [zob. też 28, s. 14].

Dyplomacja kulturalna jest elementem dyplomacji publicznej, która ukierunkowana jest na realizację zadań polityki zagranicznej. Według Milтона Cummingsa pojęcie to oznacza „wymianę idei, informacji, sztuki, języka i innych aspektów kultury między narodami i ich ludami w celu wspierania wzajemnego zrozumienia” [14, s. 6]. Zatem kultura i dyplomacja są elementami, które mogą się łączyć. W historii stosunków międzynarodowych wiele państw praktykowało ten typ dyplomacji, nawet jeśli nie przybierała ona kształtu typowego dla współczesnych działań. Aby zrozumieć właściwe znaczenie tych relacji, konieczne jest wyjaśnienie, do czego odwołują się składające się na nią pojęcia, takie jak dyplomacja i kultura.

Pojęcie *kultury*

Kultura należy do podstawowych pojęć współczesnej humanistyki, a wywodzi się z filozofii, antropologii i socjologii. Jednakże wielokrotnie definiowano już ją w ramach różnych nauk. Była analizowana z odmiennych perspektyw, dokonywano poszukiwań jej atrybutów. Sam termin „kultura” etymologicznie pochodzi od łacińskiego słowa *cultus* (nabożeństwo, kultywowanie, pielęgnowanie). Stanowi ogół tego, co pielęgnujemy (źródłem jest tu termin *colere*), to, co kultywujemy celem urzeczywistnienia wartości bądź stworzenia dóbr [26, s. 950]. Pojęcie kultury odnosi się przede wszystkim do „człowieka-wśród-ludzi”. Od początku bowiem człowiek ma potrzebę poznania i zlokalizowania siebie. Człowiek zawsze zadawał sobie pytania: Kim jestem? Skąd pochodzę? Jest to desperackie poszukiwanie sensu życia na podstawie samowiedzy, lokalizacji przestrzennej czy rozpoznawania innych. Poprzez swą naturę człowiek jest twórcą i uczestnikiem kultury, dlatego poznanie kultury ma zasadnicze znaczenie dla rozumienia samego człowieka. Innymi słowy źródła kultury wynikają z natury gatunku ludzkiego, co jednocześnie wskazuje, że człowiek z natury jest zdolny do tworzenia i przyjmowania kultury. Podsumowując, kultura jest rozumiana jako rezultat działań odniesionych do zjawisk naturalnych, jako narzędzie zaspokojenia ludzkich potrzeb i sposób realizacji celów [9, s. 17–18].

Kultura jest uwewnętrzniona, zinternalizowana, jest sposobem myślenia i doświadczania świata. Kultura jest w człowieku, jest efektem współżycia ludzi, wzajemnego oddziaływania i współdziałania, a trwając przez pokolenia, rozwija się i wzbogaca w procesie historycznej tradycji. W układzie kultury narodowej język, często religia oraz symbole, a także sposób bycia i przekonanie o wspólnym pochodzeniu odnoszą się do całości danej grupy i do jej związku z tradycją [9, s. 51]. Kultura jest zjawiskiem niejednorodnym i złożonym, tym samym nie można jej zamknąć w jednej definicji.

Florian Znaniecki określił kulturę jako „ład stosunków między wszystkimi rodzajami czynności ludzkich”, włączając w zakres tego pojęcia „religie, literaturę, język, sztukę, obyczaje, zwyczaje, prawa, organizacje społeczne, techniczną produkcję, wymianę ekonomiczną, a także filozofię i naukę” [9, s. 21]. W 1871 r. Edward Tylor napisał z kolei:

„Kultura lub cywilizacja jest to złożona całość obejmująca wiedzę, wierzenia, sztukę, prawo, moralność, obyczaje oraz wszystkie inne zdolności i nawyki nabyte przez człowieka jako członka społeczeństwa” [9, s. 19]. Według jeszcze innej definicji: „kultura jest całością, zintegrowanym, systemem zależności, w którym elementy mają charakter funkcjonalny oraz aparatem, gdyż służy dwóm celom: zaspokojeniu potrzeb i utrzymaniu tożsamości” [26, s. 953].

Kultury narodowe mają różne postacie i różne fazy rozwoju. Składają się na nie normy, złożone sposoby działania i wartości, które są stanowione przez jakąś społeczność, wyrosły z jej tradycji i historycznych doświadczeń. Każda kultura jest tworem jakiejś zbiorowości ludzkiej. Na świecie funkcjonuje wiele różnych kultur, a kryterium je różnicującym może być terytorium, okres historyczny, klasa społeczna, typ ustroju gospodarczego. Kultura może rozprzestrzeniać się poza granice geograficzne, ma też swoją dynamikę.

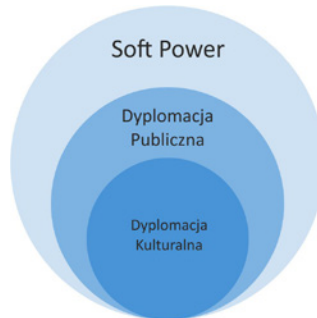
Pojęcie *soft power*

Carlos Fuentes Macías, meksykański pisarz, miał w zwyczaju mówić, że: „Miękką siłą (ang. *soft power*) jest jak muszla morska, która z jednej strony pozwala usłyszeć swoje wnętrze, a z drugiej pozwala wydobyć na zewnątrz silny i zdecydowany dźwięk” [25, s. 5]. Z pewnością państwa narodowe mają swoje muszle, z których z jednej strony można usłyszeć ich głęboką tożsamość, tajemnice i wizje narodowe, z drugiej zaś dźwięki przekształcają się w narzędzia polityki zagranicznej, które przyciągają, komunikują i przekonują inne kraje o znaczeniu przesłania dla świata.

Joseph S. Nye zaproponował podział na trzy rodzaje sił charakteryzujących państwo: siłę militarną, siłę ekonomiczną i siłę miękką. Termin „miękką siłą” (ang. *soft power*) został wprowadzony na początku lat dziewięćdziesiątych XX w. Autorem tego pojęcia jest właśnie Joseph S. Nye, według którego: „władza to zdolność wpływania na zachowanie innych ludzi tak, by urzeczywistniali nasze pragnienia” [22, s. 194], czyli „*soft power* opiera się na zdolności kształtowania preferencji innych” [22, s. 194]. W dyplomacji publicznej wykorzystuje się siły miękkie poprzez wpływ na opinię publiczną za granicą. *Soft power* składa się z następujących czynników danego państwa: kultury, wartości politycznej, polityki zagranicznej. Przy czym Nye rozszerza ich zakres do różnych kategorii: rządu, kultury, dyplomacji, edukacji, biznesu/innowacji. *Soft power* należy widzieć w opozycji do *hard power* („twardej siły”), związanej z przymusem i osiąganiem posłuszeństwa na drodze nakazowej. Twarda siła wynika ze stosowania zasobów materialnych, tworzących militarny i ekonomiczny potencjał państwa. Miękką siłą i twardą siłą są od siebie zależne i powinno rozwijać się oba te obszary. Zdaniem Josepha Nye cenna jest umiejętność łączenia twardej i miękkiej siły w celu uzyskania zwycięskiej strategii. Jak twierdzi, ważna jest: „zdolność otrzymywania tego, czego chcesz, dzięki atrakcyjności raczej niż za pomocą przymusu lub zapłaty” [20, s. 25]. To właśnie kultura jest jednym z głównych źródeł *soft power* państw w randze mocarstw, które najczęściej dysponują odpowiednią „siłą” w obu tych wymiarach. Są one w stanie zachęcić szeroką rzeszę odbiorców na świecie do poznawania własnej kultury. Daje to szansę nie tylko na przetrwanie i zachowanie swojej oryginalności, ale także na intensywny rozwój w zderzeniu z innymi kulturami.

Na rysunku 1 zobrazowano powiązanie soft power z dyplomacją publiczną i kulturalną. W soft power zawierają się obie z wyżej wspomnianych dyplomacji, co daje możliwość wpływania na zachowanie innych tak, aby osiągnąć własne cele [24, s. 323–328]. Według polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych dyplomacja publiczna to wysiłki państwa prowadzone na arenie międzynarodowej, które skierowane są ku wpływaniu na opinię publiczną w innych krajach. Dyplomacja publiczna zawiera w sobie dyplomację kulturalną, której celem jest ukazanie kultury i wizerunku państwa w prowadzonej polityce [18].

Rysunek 1. *Soft Power*



Źródło: opracowanie własne.

Pojęcie *dyplomacji*

Dyplomacja jest jednym z najważniejszych mechanizmów sterowania procesami międzynarodowymi. Termin „dyplomacja” pochodzi od greckiego słowa *diplomata*, oznaczającego tabliczki pokryte woskiem, na których pisano instrukcje i pełnomocnictwa dla posłów udających się w specjalne misje [24, s. 7]. Pojęcie dyplomacji obejmuje zatem funkcjonowanie organów państwowych, reprezentowanych przez przedstawicieli dyplomatycznych, działających na rzecz utrzymania stosunków między państwami w celu ochrony i rozwijania interesów państwa [13, s. 147]. Organy występujące w imieniu państwa w stosunkach międzynarodowych można podzielić na organy wewnętrzne oraz organy zewnętrzne. Do organów zewnętrznych należą przedstawicielstwa dyplomatyczne. Ich generalną funkcją jest reprezentacja państwa za granicą oraz realizowanie polityki zagranicznej. Z kolei do organów wewnętrznych należą: głowa państwa, szef rządu, minister spraw zagranicznych, którzy także mogą kształtować stosunki międzynarodowe [7, s. 180].

O skuteczności polityki zagranicznej państwa decyduje wiele czynników: czynniki geograficzne, instytucje polityczne, wybór odpowiednich metod, znajomość środowiska międzynarodowego, sposób organizowania władz państwa, gospodarka [22, s. 194]. Niebagatelny wpływ ma jednak także kultura i dyplomacja kulturalna.

Zgodnie z Konwencją Wiedeńską funkcje misji dyplomatycznej obejmują m.in.:

- reprezentowanie państwa wysyłającego w państwie przyjmującym;
- ochronę dla państwa przyjmującego interesantów państwa wysyłającego i jego obywateli;
- prowadzenie rokowań z rządem państwa przyjmującego;
- zaznajamianie się wszelkimi legalnymi sposobami z warunkami panującymi w państwie przyjmującym i z rozwojem zachodzących w nim wydarzeń oraz rozwijanie między nimi stosunków gospodarczych, kulturalnych i naukowych [7, s. 303].

Jak mawiał Klemens von Metternich: „Polityka jest nauką, a dyplomacja sztuką” [6, s. 64]. Tak więc polityka jest „nauką”, a zadaniem dyplomacji jest osiągnięcie celów w stosunkach zewnętrznych w drodze negocjacji, co wymaga dodatkowych umiejętności i zdolności [6, s. 64].

Termin „dyplomacja publiczna” jako narzędzie pozycjonowania państwa pojawił się w 1965 r. za sprawą Edmunda Gilliona. Pojęcie to obejmuje: kształtowanie opinii publicznej w innych państwach, proces komunikacji międzynarodowej, umacnianie pozycji własnego kraju i promowanie jego interesów na arenie międzynarodowej [6, s. 67]. Termin ten obejmuje wymiary stosunków międzynarodowych wykraczających poza tradycyjną dyplomację. Podstawowym celem tych działań jest kształtowanie zagranicznej opinii publicznej poprzez współdziałanie grup prywatnych i interesów jednego kraju z innym; raportowanie spraw zagranicznych i jego wpływu na politykę; komunikację między tymi, których zadaniem jest komunikacja, jak np. dyplomaci i zagraniczni korespondenci. W każdej z tych sfer można wyróżnić trzy wymiary: zarządzanie informacjami, komunikację strategiczną i budowanie relacji [10, s. 326].

Dyplomacja publiczna jest kanałem służącym do przekazu punktu widzenia rządu danego kraju. Jako forma komunikacji, mająca na względzie tożsamość i wartości swego kraju, musi identyfikować jego mocne strony, które chce zakomunikować, a także określi

strategię i instrumenty działania. Jest to szczególnie ważne, gdy interes narodowy wymaga kształtowania dobrego imienia kraju, umacniania zaufania czy zmiany negatywnych stereotypów [10, s. 327].

Pojęcie *dyplomacji kulturalnej*

Dyplomacja kulturalna to jeden z elementów dyplomacji publicznej. Jej celem jest oddziaływanie na zagranicznych partnerów, wydarzenia kulturalne i uczestnictwo w nich. Jest to działalność niemal tak stara jak sama polityka. Wszystkie systemy polityczne wykorzystywały bowiem kulturę i sztukę, prezentując się za granicą. Stanowi to oficjalny instrument polityki zagranicznej państwa.

Celem nowoczesnej dyplomacji kulturalnej jest budowanie zaufania i zrozumienia, zainteresowanie życiem i wartościami innych narodów, ponadto niwelowanie stereotypowego myślenia. Polega to na tworzeniu pozytywnych bodźców i neutralizowaniu negatywnych

stereotypów, dzięki czemu możliwa jest większa otwartość, korzystny wizerunek i reputacja państwa na świecie. O dyplomacji kulturalnej można myśleć jako o promocji kultury narodowej bądź międzynarodowej współpracy kulturalnej. Kultura tworzy narrację, dzięki której możliwe jest poznawanie innych państw i społeczeństw, ale i odmiennych postaw czy hierarchii wartości.

Państwa proponują swoje aktywności kulturalne przy użyciu odpowiednich narzędzi – stałych i funkcjonujących okazjonalnie. Narzędzia stałe są to przede wszystkim różnego rodzaju instytucje kulturalne działające w wybranych krajach lub wydziały kulturalne, umieszczone w strukturze placówek dyplomatycznych, np. Goethe Institut, El Instituto Cervantes [28, s. 153], ale także np. biblioteki działające poza granicami kraju macierzystego, mające na celu popularyzowanie jego kultury i historii, jak choćby biblioteka polska przy ambasadzie w Reykjavíku. Do narzędzi okazjonalnych, typu *ad hoc*, zaliczane są różnego rodzaju inicjatywy, np. organizacji rządowych, pozarządowych lub samorządów lokalnych, mające na celu promocję kultury lub współdziałanie kulturalne, a także wsparcie finansowe lub logistyczne [28, s. 153]. Warto jeszcze nadmienić, że instytucje prowadzące dyplomację kulturalną są również odpowiedzialne za promocję turystyki, czyli podróży do danego kraju w celach poznawczych.

Narzędzia dyplomacji kulturalnej

Dyplomację kulturalną można realizować poprzez różne działania, wykonywane głównie przez korpus dyplomatyczny. Jednym z najważniejszych dyplomatycznych działań kulturalnych jest pomoc podmiotom kultury, która może obejmować różnego rodzaju szkolenia lub inne rodzaje wsparcia (w tym) finansowego dla artystów, organizacji pozarządowych, instytucji kultury, sportowców oraz innych podmiotów kultury.

Należy podkreślić, że misje dyplomatyczne zazwyczaj aktywnie uczestniczą w organizacji małych wydarzeń kulturalnych, takich jak koncerty lub wystawy sztuki, które mogą upamiętniać daty istotne dla danego narodu. Taka obsługa wydarzeń sponsorowanych przez samą ambasadę jest ważną częścią praktyki kulturalnej działalności dyplomatycznej. Promocją kultury za granicą często zajmują się również biblioteki, organizujące liczne *eventy* związane z literaturą i rodzimymi pisarzami. Również promocja języka w państwie przyjmującym, to działalność wchodząca w zakres tej gałęzi dyplomacji. Promocja ta może się przełożyć na pomoc dla instytucji akademickich organizujących nauczanie języka, dostarczanie bibliotekom książek czy przygotowywanie publicznych wydarzeń z udziałem pisarzy.

Cele dyplomacji kulturalnej można osiągnąć za pomocą różnych narzędzi, takich jak:

- programy wymiany w obszarze edukacji – są to programy, w ramach których uczeń (zwykle licealista) lub student wybiera określony czas na pobyt w innym kraju, aby uczyć się języka tego kraju i poznawać jego kulturę oraz nawiązywać kontakty z jego mieszkańcami. Przykładem takiego programu wymiany jest program Erasmus;
- nawiązywanie relacji z dziennikarzami, naukowcami, artystami, które powodują budowanie bazy kontaktów, skutkujące rozpowszechnianiem wiadomości lub

informacji o danym kraju, a także stanowią podbudowę do współpracy międzynarodowej specjalistów z różnych dziedzin;

- stypendia i wymiana kulturalna artystów (malarzy, muzyków itp.) – np. stypendia dla artystów udzielane na realizację kreatywnych projektów w innych krajach. Celem takiego działania jest zgromadzenie artystów lub grup artystycznych z różnych stron świata, co powoduje uwrażliwienie i pomoc ludziom z różnych kultur w dzieleniu się doświadczeniami poprzez sztukę, odkrywanie różnych rzeczywistości, odległych kultur, sposobów życia, przekonań, a także stymulowanie artystów do dzielenia się i wymiany pomysłów, otwieranie nowych możliwości eksponowania twórczości artystycznej każdej grupy w innowacyjny i samodzielnie zarządzany sposób;
- popularyzowanie na arenie międzynarodowej wydarzeń kulturalnych (np. koncertów, wystaw, odczytów, pokazów), mających na celu prezentację różnych kultur, w tym poszerzanie wiedzy na temat twórczości kulturalnej danego kraju. Głównym celem jest tu komunikacja międzynarodowa, promocja oraz współdziałanie z podmiotami z innych krajów. Kluczowe jest to, by w wydarzeniu brały udział osoby, grupy lub instytucje zewnętrzne;
- organizowanie konferencji, sympozjów i warsztatów związanych z kulturą – to spotkania, podczas których omawia się pewne kwestie naukowe, społeczne, polityczne, środowiskowe itp. [1]. Rozmowy, wymiana opinii i wiedzy między ludźmi i narodami może przyjąć formę ustną lub wirtualną. Podczas nich dochodzi do konfrontacji idei, opinii, pojawia się twórczy ferment;
- promocja języka – jest powiązana z elementami historii i kultury danego narodu, które trwale wpływają na jego wizerunek w innych krajach. Obejmuje systematyczną naukę języka w ramach studiów, kursów czy szkoleń, jak też wydarzenia okazjonalne, dopiero mające na celu zachęcenie do poznania danego języka;
- publikacje – ich zadaniem jest podawanie do wiadomości publicznej określonych faktów, wyników badań ect. lub ujawnianie określonych kwestii, ważnych w życiu polityczno-społecznym;
- promocja turystyki – ma na celu zachęcenie do odwiedzin danego kraju lub regionu i lepszego jego poznania, tj. zapoznania się z lokalnymi zwyczajami, kuchnią, historią, kulturą czy zabytkami architektonicznymi;
- zakładanie muzeów, a więc przestrzeni, w których przechowywane i eksponowane są różnego rodzaju elementy związane z różnorodnymi aspektami kultury. Kolekcje mogą zawierać zbiory sztuki, przedmioty życia codziennego używane w dawnych czasach, obiekty muzyczne, rzeczy prywatne czy przedmioty pozyskane z natury. Muzea mogą mieć charakter prywatny, jeżeli są prowadzone przez osobę fizyczną, a nie przez organ państwowy. Jak mówi jedna z definicji, muzeum to: „stała instytucja w służbie społeczeństwa i jego rozwoju, otwarta dla publiczności, która pozyskuje, konserwuje, bada, przekazuje i eksponuje materialne i niematerialne dziedzictwo ludzkości i jej środowiska dla celów edukacyjnych, naukowych i rekreacyjnych” [2];

- organizacji festiwali – są to wydarzenia, które obejmują różne ekspresje artystyczne. Festiwale są często miejscem spotkań kulturowych. W widocznym miejscu, takim jak scena czy mównica, performerzy wystawiają swoją sztukę, prowadzą wykłady, pokazują swoje prace lub wykonują inne czynności, które zwiększają wiedzę publiczności na temat kraju pochodzenia artystów [3];
- budowanie marki kraju – polega na stosowaniu tzw. brandingu międzynarodowego, a więc koncepcji używanej w marketingu i komunikacji w odniesieniu do niematerialnej wartości reputacji i wizerunku marki kraju, poprzez wiele aspektów, takich jak jego produkty czy turystyka, kultura, sport, firmy i/lub organy publiczne [3].

Model dyplomacji kulturalnej w Polsce

Dyplomacja kulturalna według polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych definiowana jest jako promocja Polski poprzez kulturę, oświatę i naukę [29, s. 163]. Promocja Polski poprzez prezentacje kulturalne pomaga w kreowaniu pozytywnego wizerunku państwa, przeciwdziałając szkodliwym stereotypom. Znakomitą historyczną ilustracją polskiej dyplomacji kulturalnej jest Ignacy Jan Paderewski. Andrzej Piber napisał o nim: „Sukcesy na polu muzyki dały mu podstawę do rozwijania działalności społecznej, na wspieranie dziesiątek organizacji i instytucji charytatywnych, oświatowych, kulturalnych i naukowych. Koncerty Paderewskiego w latach przed odzyskaniem niepodległości miały charakter manifestacji patriotycznych. Wzbudzały nie tylko podziw dla jego sztuki, ale i dumę z wielkich osiągnięć kulturalnych i artystycznych, ożywiały nadzieję odzyskania wolności przez kraj chlubiący się geniuszem Chopina” [23, s. 45].

Za sprawą znajomości Paderewskiego z prezydentem Woodrowem Wilsonem kompozytor miał możliwość wpłynięcia na działania polityczne prowadzone wobec Polski. Działalność Paderewskiego sprawiła, że Woodrow Wilson podjął decyzję o wpisaniu ojczyzny kompozytora w swoje orędzie. Przedstawił w nim plan utworzenia Ligi Narodów, która miała dbać o bezpieczeństwo i niepodległość wszystkich państw. W przygotowanym przez siebie orędziu nie pominął państw Europy, w tym również Polski [5].

Nie skupiając się jednak na tak odległej historii, warto wspomnieć lata dziewięćdziesiąte XX w., które stanowiły dla polskiej kultury okres poszukiwań. Transformacja gospodarcza, która przebiegała w tym okresie, doprowadziła do zmiany zasad i instrumentów zarządzania nie tylko życiem gospodarczym, ale i społeczno-kulturalnym. Polityka zagraniczna prowadzona przez Polskę stawiała sobie zadania, których celem było utworzenie nowego systemu bezpieczeństwa narodowego oraz integracja polityczno-gospodarcza. W zakresie ekonomii nastąpiło przejście od realnego socjalizmu do gospodarki wolnorynkowej, co było dla Polski swoistym skokiem. Niestety Polska promocja kulturalna rozwijała się w dużo wolniejszym tempie [5].

To właśnie w tym okresie pojawił się w polskich dokumentach po raz pierwszy termin „dyplomacja kulturalna”. Paweł Potoroczyn zaproponował podział polskiej polityki kulturalnej po 1989 r. na dwa etapy:

- lata 1989–1998 – okres stagnacji, który charakteryzował się brakiem reform w kulturze, brakiem zmian instytucjonalnych oraz brakiem strategii polityki kulturalnej Polski. Priorytetem w tym okresie były polityka i gospodarka [28, s. 387];
- lata 1998–2000 – okres poszukiwania rozwiązań w dziedzinie organizacji polityki kulturalnej w związku z dążeniem przez Polskę do udziału w strukturach europejskich. W 1998 r. przedstawiono główne założenia oraz kierunki działań Ministerstwa Kultury i Sztuki, w tym kwestię promocji polskiej kultury za granicą. Polska potrzebowała przebudować własny wizerunek oraz doprowadzić do zmiany w postrzeganiu jej przez inne państwa. Zdecydowano o przeprowadzeniu reform i zmian w zarządzaniu kulturą.

Lata 2000–2004 to okres promocji polskiej kultury; wiele przedsięwzięć w tym czasie związanych było z programem „Kultura 2000”, istotne było również uznanie Krakowa za Europejską Stolicę Kultury [28, s. 387]. 1 maja 2004 r. Polska dołączyła do Unii Europejskiej, co od samego początku stanowiło złożony proces, którego celem było osiągnięcie współpracy, także kulturalnej. Z kolei okres od 2005 r. to czas przechodzenia od tzw. biurokracji kulturalnej do realnego zarządzania i wspierania kultury. Wyrazem tego była zmiana nazwy ministerstwa na Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz przedstawienie dokumentu Polityka wsparcia w dziedzinie kultury i dziedzictwa narodowego. Na jego podstawie utworzono listę priorytetów, która znalazła się w Narodowym Programie Operacyjnym Kultury (2006). Zmieniono również dotychczasową strategię kulturalną.

Głównymi założeniami stały się: budowa pozytywnego wizerunku Polski, promocja Polski poprzez kulturę, promocja polskich artystów, realizacja współpracy międzynarodowej. Opublikowano dwa ważne dokumenty: strategię rozwoju kultury od 2013 r. oraz uzupełnienie do niej, a zatem strategię do roku 2020. Ponadto na stronie Kongresu Kultury Polskiej istnieje wiele dokumentów diagnozujących kulturę, których celem jest rozwijanie rodzimej kultury. W dyplomacji kulturalnej działania promujące kulturę państwa skupiają się na organizacji wydarzeń związanych z muzyką, teatrem oraz filmem [11, s. 37–60].

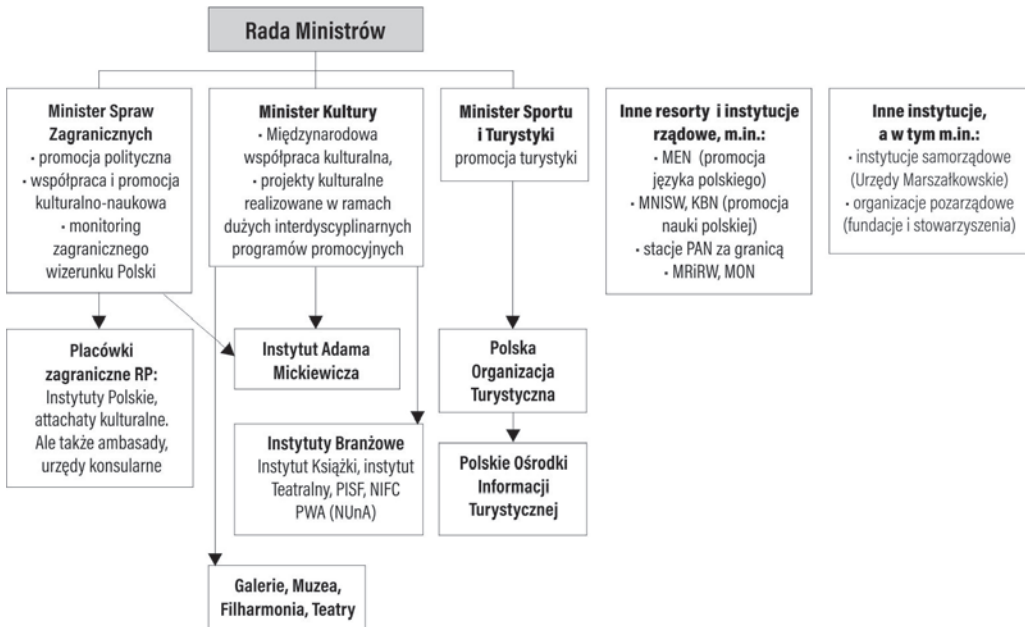
Struktura organizacyjna oraz zadania dyplomacji kulturalnej w Polsce

Promocja polskiej kultury za granicą należy do zadań państwa, co wynika z artykułu 6 ust. 1 Konstytucji RP, który mówi, że: „Rzeczpospolita Polska stwarza warunki upowszechniania i równego dostępu do dóbr kultury, będącej źródłem tożsamości narodu polskiego, jego trwania i rozwoju” [28, s. 396].

Organy rządowe zajmujące się dyplomacją kulturalną to: Ministerstwo Spraw Zagranicznych (promocja Polski poprzez kulturę) oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (promocja kultury polskiej za granicą) [16, s. 17]. Promocja kultury polskiej oraz promocja Polski poprzez kulturę opiera się na strukturze tworzonej przez instytucje kultury, do których zaliczyć można tzw. Instytuty Polskie, m.in. Instytut Adama Mickiewicza i Międzynarodowe Centrum Kultury, Instytut Książki, Instytut Teatralny, Polski Instytut

Sztuki Filmowej, Narodowy Instytut Audiowizualny i inne [16, s. 17]. Strukturę tę zaprezentowano na rysunku 2, a cele i zadania poszczególnych jednostek bardziej szczegółowo omówiono w dalszej części artykułu.

Rysunek 2. Struktura promocji Polski przez kulturę



Źródło: MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *Raport od Wymiany kulturalnej do nowej inteligentnej siły. Promocja Polski przez kulturę* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutkorfantego.pl/wp-content/uploads/2019/02/Raport-o-promocji-Polski-przez-kulture-red.-Pawel-Potoroczyn.pdf>. s. 19.

Działania różnych organów polskiej dyplomacji kulturalnej obejmują m.in. międzyresortowe, wielotematyczne projekty promocyjne – portale informacyjne promujące Polskę, wydawnictwa prezentujące polską kulturę, naukę i historię, wizyty studyjne przedstawicieli rządowych, pozarządowych, dziennikarzy itp., a także wydarzenia organizowane przez polskie placówki dyplomatyczne. To także współpraca naukowa i wymiana stypendialna, kooperacje międzynarodowe i wspólne przedsięwzięcia [12, s. 13].

Ministerstwo Spraw Zagranicznych

Jednym z organów zajmujących się w Polsce dyplomacją kulturalną jest Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Jego rola wynika z Ustawy o działach administracji rządowej (Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej. Dz. U. 1997 Nr 141, poz. 943 z późniejszymi zmianami) [16, s. 21]. Do zadań Ministerstwa związanych z dyplomacją kulturalną należy:

1. Koordynowanie wszelkich przedsięwzięć promocyjnych o wymiarze międzynarodowym.
2. Prowadzenie zagranicznej polityki informacyjnej i dyplomacji publicznej.
3. Programowanie i realizowanie strategii polskiej dyplomacji kulturalnej.
4. Wspieranie działań innych resortów i agend rządowych w ich sektorowej działalności promocyjnej [16, s. 21].

Do dwóch najważniejszych instrumentów, pomagających realizować te zadania, zalicza się:

- pośrednie i bezpośrednie programy rządowe;
- regularne spotkania Rady Promocji Polski prowadzone pod przewodnictwem MSZ.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych realizuje dyplomację kulturalną we współpracy z pozostałymi organami państwa, a przede wszystkim Kancelariami Prezydenta i Prezesa Rady Ministrów oraz jednostkami takimi, jak resorty kultury oraz edukacji i nauki, a także organami im podległymi. Bierze udział w ochronie interesu państwa za pomocą kultury, edukacji i nauki.

Najważniejszym departamentem odpowiedzialnym za promocję Polski w ramach działań MSZ jest Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej. Do jego zadań zalicza się: analizę i określenie kierunków rozwoju dyplomacji kulturalnej, wyznaczanie priorytetów w placówkach zagranicznych, prowadzenie monitoringu i dokonywanie syntetycznych analiz wizerunku Polski w mediach, nadzorowanie działań placówek w obszarach współpracy kulturalnej, prognozowanie rozwoju i zarządzanie systemem promocyjnych stron internetowych Ministerstwa, zarządzanie portalem internetowym Ministerstwa, inicjowanie, przygotowanie i negocjacje projektów, umów międzynarodowych i programów współpracy kulturalnej [29, s. 175].

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego jest odpowiedzialne za promocję polskiej kultury poprzez: podtrzymywanie i rozpowszechnianie tradycji narodowej, ochronę dóbr kultury i muzeów oraz miejsc pamięci narodowej, wspieranie działalności twórczej, wydawnictw, edukacji kulturalnej, wystaw artystycznych, polityki audiowizualnej, wymiany zagranicznej. Zagraniczną promocją kulturalną Polski zajmuje się Departament Współpracy z Zagranicą. Do jego zadań należy: koordynowanie całokształtu zadań wynikających ze współpracy międzynarodowej, współpraca zagraniczna, wspieranie działań promocji Polski za granicą, realizacja postanowień o współpracy i wymianie kulturalnej, współpraca z organizacjami międzynarodowymi, współpraca z instytucjami kultury, współpraca z Urzędem Komitetu Integracji Europejskiej i in. [28, s. 398]. Funkcjonują w nim dwa wydziały: Wydział Współpracy z Unią Europejską i Wydział Współpracy Dwustronnej [29, s. 176].

Instytuty Polskie

Należy również wspomnieć o tzw. Instytutach Polskich, które stanowią sieć 25 placówek podległych Ministerstwu Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej. Odgrywają one rolę emisariuszy Polski, działających na rzecz budowania relacji i kształtowania wizerunku kraju za granicą, a więc realizują zadania dyplomacji publicznej i kulturalnej. Instytuty te służą promocji Polski, wykorzystując do tego celu kulturę [17]. Ponadto promują historię, naukę, język polski i dziedzictwo narodowe, aby przedstawiciel innego kraju bądź narodu mógł lepiej zrozumieć polską kulturę. Zadaniem Instytutów Polskich jest nawiązywanie trwałych kontaktów między polskimi i zagranicznymi partnerami. Placówki zagraniczne prowadzą dyplomację kulturalną poprzez: samodzielne inicjatywy, „pracę organiczną” z miejscowymi promotorami kultury i przez wspieranie imprez kulturalnych z udziałem polskich artystów. W dalszej części artykułu krótko opisane zostaną instytuty mające szczególne znaczenie dla polskiej dyplomacji kulturalnej.

Instytut Adama Mickiewicza

Instytut Adama Mickiewicza jest państwową instytucją kultury, której misją jest: „budowa i komunikacja wymiaru kulturalnego Polski poprzez inicjowanie międzynarodowej współpracy i wymiany kulturalnej” [8]. Skupia się na wyjątkowych zbiorach stanowiących dziedzictwo polskiej kultury. Stała działalność Instytutu obejmuje: tworzenie i aktualizowanie zintegrowanego systemu informacji nt. Polski, tworzenie różnego rodzaju materiałów informacyjnych i promocyjnych, zaopatrywanie zagranicznych popularyzatorów kultury z różnych dziedzin w materiały i informacje o Polsce (program „Bliżej Polski”), organizowanie wizyt studyjnych dla zagranicznych gości Instytutu Adama Mickiewicza, Ministerstwa Kultury oraz Ministerstwa Spraw Zagranicznych [8]. Instytut działa poprzez portal *culture.pl*, który informuje o najciekawszych wydarzeniach związanych z polską kulturą na całym świecie. Strona dostępna jest w pięciu wersjach językowych.

Instytut Adama Mickiewicza został powołany do promocji kultury polskiej. Objęty jest opieką ze strony różnego rodzaju projektów. W ostatnich latach wykazywał koncepcje rozwoju dziedzin takich, jak: sztuki wizualne, teatr i muzyka klasyczna. Instytut realizuje koncerty, wystawy, pokazy filmowe, spektakle teatralne, spotkania literackie, konferencje, warsztaty kulturalne, koprodukcje, wizyty studyjne i rezydencje [19, s. 10]. I tak na przykład w latach 2013–2018 Instytut współorganizował 4 656 wydarzeń kulturalnych, głównie za granicą. Realizuje programy o charakterze konkursowym, jak np. IAM: Kultura Polska na świecie, który skierowany jest do artystów, twórców kultury i przedstawicieli środowisk twórczych, czy Kulturalne pomosty, w którym IAM pełnił rolę instytucji zarządzającej i udzielającej dofinansowania dla beneficjentów. Instytut realizuje też programy o charakterze konkursowym Ministra KiDN w formie zadań zleconych, gdzie pełni rolę instytucji zarządzającej [19, s. 32]. W ostatnim czasie wykonywał także postanowienia następujących rządowych dokumentów strategicznych: Priorytety polskiej polityki zagranicznej na

lata 2012-2016; Strategię Sprawne Państwo 2020; jak również Strategię Rozwoju Kapitału Społecznego, gdzie podano, że jednym z kierunków działań jest: „wzmocnienie promocji kultury polskiej za granicą”; a także Strategię Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021.

Międzynarodowe Centrum Kultury

Międzynarodowe Centrum Kultury (MCK) prowadzi działalność od 1991 r. Jego celem jest przybliżanie osiągnięć polskiej nauki, kultury, dziedzictwa kulturowego, umacnianie obecności Polski na arenie międzynarodowej oraz współpraca regionalna. Centrum prowadzi działalność wystawienniczą i edukacyjną, organizuje konferencje i seminaria [29, s. 177]. Jak pisze o sobie na swojej stronie Centrum: „Międzynarodowe Centrum Kultury zajmuje się kulturą i dziedzictwem Europy Środkowej. Organizujemy wystawy, spotkania, konferencje oraz zajęcia edukacyjne. Wydajemy książki. Poruszamy tematy związane z historią, historią sztuki i architektury, pamięcią, ochroną dziedzictwa i zarządzaniem kulturą. Uczestniczymy także w projektach naukowych. MCK prowadzi studia podyplomowe Akademia Dziedzictwa, poświęcone zarządzaniu dobrami kultury oraz promocji dziedzictwa kulturowego”.

Instytut Książki

Z Zespołu Literackiego Instytutu Adama Mickiewicza wyodrębniono Instytut Książki. Jest on odpowiedzialny za promocję polskiej literatury za granicą. Od 2004 r. Instytut bierze udział w międzynarodowych targach literackich, kontynuuje i rozwija współpracę z instytucjami zajmującymi się promocją literatury narodowej poza granicami kraju. Ponadto Instytut Książki organizuje kampanie prasowe i internetowe promujące literaturę w przekładzie oraz współpracuje z tłumaczami, których pracę dofinansowuje [16, s. 45].

Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego

Instytut Teatralny od 2004 r. organizuje podróże studyjne dla krytyków z zagranicy, wspiera polskie reprezentacje na zagranicznych festiwalach i przeglądach teatralnych, przygotowuje seminaria o polskim teatrze, zabiega o obecność polskich gości na najważniejszych festiwalach sztuki teatralnej na świecie. W ramach działalności prowadzonej przez Instytut nawiązywane są kontrakty z artystami teatralnymi z Gruzji, Białorusi, Ukrainy, Rosji, Serbii czy Iranu. Narzędziami wspomnianej współpracy jest wymiana informacji, wymiana festiwalowa, organizacja warsztatów, wspieranie promocji dorobku polskiego teatru i jego otwartości [16, s. 46].

Polski Instytut Sztuki Filmowej

Polski Instytut Sztuki Filmowej zajmuje się promowaniem polskiej sztuki filmowej na świecie, nie tylko poprzez prezentację samych filmów, ale również całokształtu dorobku polskich twórców filmowych czy potencjału Polski. Instytut wspomaga organizowanie międzynarodowych projektów filmowych, nawiązuje współpracy zagraniczne i międzynarodowe, wspiera szkolenia i doskonalenia twórców filmowych [16, s. 47].

Narodowy Instytut Fryderyka Chopina i jego biblioteka

Narodowy Instytut Fryderyka Chopina (NIFC) został powołany w 2001 r. Zajmuje się popularyzacją wiedzy o Fryderyku Chopinie i jego muzyce, prowadzi badania naukowe z tego zakresu, przygotowuje publikacje, organizuje koncerty, konkursy, konferencje oraz kursy. Ponadto współdziała z instytucjami i organizacjami chopinowskimi na całym świecie, gromadzi archiwalia i obiekty muzealne, a także kontroluje sposoby wykorzystania wizerunku i nazwiska Fryderyka Chopina, a także prowadzi internetowe Centrum Informacji Chopinowskiej [16, s. 47].

W ramach Instytutu działa największa na świecie biblioteka, gromadząca publikacje krajowe i zagraniczne związane z osobą Fryderyka Chopina. Biblioteka NIFC posiada zbiór liczący ok. 20 tys. pozycji inwentarzowych przechowywanych w Zamku Ostrońskich oraz księgozbiór Mateusza Glińskiego liczący 424 pozycje (w tym 170 publikacji chopinowskich). Na zbiór biblioteki składają się książki i czasopisma XIX i XX w., wydawnictwa nutowe XIX i XX w. (w tym pierwsze wydania dzieł Fryderyka Chopina oraz utwory wydane za życia kompozytora), dokumenty życia społecznego (zaproszenia, programy i afisze koncertowe) oraz wycinki prasowe (z koncertów, festiwali oraz uroczystości poświęconych Chopinowi) [4, s. 143]. Szczegółowo działalność biblioteki oraz jest zasoby, a także działania przez nią podejmowane, promujące polską kulturę w związku z XVII Międzynarodowym Konkursem Pianistycznym im. Fryderyka Chopina, opisała w książce Zarządzanie jakością w bibliotece Wioletta Borowa-Surowiec [27, s. 423–432].

Warto wspomnieć także o Fototece Muzeum Fryderyka Chopina działającej w Instytucie, która zawiera blisko 10 tys. pozycji, spośród których wyodrębnić można negatywy, pozytywy, diapozytywy, mikrofilmy czy odbitki kserograficzne powiązane z Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie oraz z innymi muzeami i bibliotekami prywatnymi w kraju i za granicą. W Fototece znajduje się również dokumentacja fotograficzna Międzynarodowych Konkursów Pianistycznych im. Fryderyka Chopina, a także festiwali chopinowskich, imprez artystycznych i muzealnych [4, s. 143].

Ponadto w Narodowym Instytucie Fryderyka Chopina zgromadzono nagrania archiwalne słynnych niegdyś pianistów, między innymi Paderewskiego, Michałowskiego, Koczalskiego, Rachmaninowa, a także dokumentację dźwiękową Międzynarodowych Konkursów Pianistycznych im. Fryderyka Chopina, systematycznie prowadzoną od 1960 r. Na zbiór nagrań dostępnych w Instytucie składa się ok. 4 tys. obiektów, w tym: płyty

analogowe i kompaktowe, szpulowe taśmy magnetofonowe, kasety magnetofonowe, kasety wideo i płyty CD [4, s. 143].

Z kolei nurt działalności wydawniczej i naukowej Instytutu obejmuje m.in. organizację (co najmniej raz do roku) międzynarodowych konferencji i sympozjów muzykologicznych, publikację rozwijanych stale serii książek naukowych oraz popularnonaukowych i szczególnie ważny, zakrojony na wiele dziesięcioleci, projekt wydania faksymilów wszystkich zachowanych rękopisów muzycznych Chopina.

Skuteczność polskiej dyplomacji kulturalnej

Zdaniem specjalistów działalność dyplomatyczna prowadzona przez Polskę jest ciągle jeszcze zbyt słabo rozwinięta, a dyplomacja kulturalna nie jest zadaniem, do którego polscy politycy dojrzeli. Są oni zajęci bieżącymi kwestiami i wydaje się, że nie mają świadomości, jak można wykorzystać działania kulturalne w obszarze dyplomacji.

Do pozytywnych inicjatyw zaliczyć należy różnego rodzaju projekty koordynowane przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. I tak np. ogłoszono otwarty konkurs ofert: „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”, który w związku z pandemią został przełożony na 2021 r. Konkurs jest rodzajem zadania publicznego w ramach Komponentu I „Wzmocnienie wizerunku Polski na arenie międzynarodowej” [18]. Jego celem jest kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i jej silnej pozycji na arenie międzynarodowej poprzez działania w obszarze dyplomacji kulturalnej, takie jak m.in. promocja XVIII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina (2021) i upowszechnianie twórczości Fryderyka Chopina z okazji 210. rocznicy urodzin; upowszechnianie wiedzy nt. wkładu polskiej kultury, nauki i sztuki do światowego dziedzictwa poprzez przypomnienie sylwetek wybitnych Polaków i ich zasług dla rozwoju cywilizacji [21].

W ostatnich latach niezwykle istotną rolę w budowaniu tożsamości narodowej i ochronie dziedzictwa kulturowego odegrało powoływanie przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego nowych instytucji kulturalnych. Rozbudowywano i kontynuowano programy, takie jak: Miejsca Pamięci Narodowej za Granicą, wydarzenia artystyczne dla dzieci i młodzieży, badanie polskich strat wojennych, rozwój sektorów kreatywnych oraz kultura cyfrowa.

Ocena polskiej dyplomacji kulturalnej nie jest i nie może być jednoznaczna. Niewątpliwie działania w tym obszarze posiadają zarówno swoje mocne, jak i słabe strony. W kontekście tych pierwszych należy podkreślić, iż Polska od zawsze była krajem bardzo bogatym kulturowo, a kultura dla dyplomacji publicznej jest najlepszym produktem eksportowym. Dziedzictwo kulturowe jest niezwykle istotne, ponieważ pokazuje relacje, które istnieją między historią, ludźmi i dziedzictwem ich przodków, a także ich naturalnym pięknem. To dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe przyciąga ludzi oraz przedsiębiorstwa, wpływając na pozytywny wizerunek kraju, co z kolei ma wpływ na eksport i dobry klimat inwestycyjny. Wysoki poziom artystyczny wielu instytucji kultury stał się bardzo ważnym punktem przyciągającym do miast, stając się katalizatorem dla sektora turystycznego, który rozwija się bardzo dynamicznie.

Należy wspomnieć, że istnieją regulacje w sferze promocji kultury. Podpisane porozumienia są efektem prac Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Dokumenty ustalają ramy współpracy obu resortów przy programowaniu i realizacji projektów dotyczących promocji kultury polskiej. Programy te pozwolą na wykorzystanie potencjału polskich instytucji kultury o uznanym dorobku, których wysoko wykwalifikowane kadry, ich wiedza i doświadczenie są dla promocji polskiej kultury nie do przecenienia [15].

Działalności realizowane przez polskie placówki wspólnie z partnerami w kraju i za granicą przyczyniają się do budowania silnej pozycji Polski. Instytucje kultury, takie jak np. Instytut Adama Mickiewicza czy Międzynarodowe Centrum Kultury, współpracują z polskimi ambasadami i instytutami. MCK w zależności od realizowanych projektów współpracowało z: Konsulatem Generalnym RP i Instytutem Polskim w St. Petersburgu, Instytutem Polskim w Wiedniu, Ambasadą RP w Lizbonie, Konsulem Generalnym RP w Stambule, Przedstawicielstwem RP przy UNESCO, Ambasadą RP w Skopje, Ambasadą RP w Tiranie, Ambasadą RP w Erywanii, Ambasadą RP w Seulu [19, s. 44]. Co ważne, zaobserwować można rosnące kwalifikacje wśród pracowników instytucji kultury, niezbędne do wspierania promocji kultury polskiej na arenie międzynarodowej. Przygotowywane są coraz lepsze plany strategiczne, zwiększa się też zasięg portalu *culture.pl*, prowadzonego przez Instytut Adama Mickiewicza.

Jedną z zalet dyplomacji kulturalnej jest rosnące zainteresowania społeczne wymianą kulturalną i ogólnie poznawaniem nowych kultur, czego przejawem jest m.in. rozwój programu Erasmus, który oferuje możliwość okresowego studiowania za granicą, staży, praktyk zawodowych i wymiany pracowników we wszystkich dziedzinach edukacji i sportu. Umożliwienie studentom takiej wymiany ułatwia im poznawanie nowych języków i kultur, rozwój osobisty i zawodowy oraz poprawia ich umiejętności, zwiększając w przyszłości szanse na zatrudnienie. Oprócz tego zbliża ludzi i społeczności, a także promuje europejską tożsamość.

Do słabości polskiej dyplomacji kulturalnej należy zaliczyć brak wizji strategii promocji kultury i promocji Polski przez kulturę oraz niedostateczne umocowanie pewnych działań z tego zakresu w prawie. Ponadto brak jest odpowiedniej bazy informacyjnej dla wszystkich instytucji działających w tym obszarze, co powoduje, że nie można ocenić skuteczności działalności dyplomacji kulturalnej. Brak monitorowania i oceny efektów pracy Ministerstwa Spraw Zagranicznych z zakresu promocji kultury polskiej za granicą nie zapewnił mierzenia skuteczności realizowanych przedsięwzięć. Nie określono mierników realizacji działań ani ich skuteczności. Utrudnia to miarodajną ocenę. Ewaluacja powinna prowadzić do wniosków, których sporządzenie mogłoby lepiej ukierunkować działania polskich placówek za granicą w zakresie promocji kultury polskiej, w tym różnego typu bibliotek.

Podsumowanie

Należy podkreślić, że w przeszłości, przez lata, kultura była używana jako narzędzie dyplomacji. Okazywała się skuteczna w poszukiwaniu tożsamości i spójności między różnymi narodami oraz wykazywała bezpośredni wpływ na ludzi. Dzięki kulturze nie potrzebowali oni wielu słów, by komunikować się ze sobą w efektywny sposób. Polska na przestrzeni wieków posiadała wielu wybitnych przedstawicieli kultury, jak np. Fryderyk Chopin czy Ignacy Jan Paderewski, którzy byli kojarzeni z ich krajem na arenie międzynarodowej, dzięki czemu można uznać ich za idealnych ambasadorów kultury.

Obecnie za promocję Polski na arenie międzynarodowej oraz pokazywanie polskiej kultury oraz tradycji odpowiedzialnych jest wiele różnych podmiotów, np. organów administracji rządowej, agencji wykonawczych i państwowych, osób prawnych, placówek zagranicznych, a także bibliotek, działających np. przy ambasadach polskich. Jednak osoby odpowiedzialne za kulturalną sferę Polski muszą posiadać odpowiednie obycie z tematem, znać potrzeby artystyczne i kulturalne kraju. W przypadku prowadzenia dyplomacji kulturalnej sama pasja czy wrażliwość wobec kultury nie wystarczą. Odpowiednie kompetencje administracji, większe zainteresowanie rozwojem promocji Polski oraz uświadomienie sobie istoty dyplomacji kulturalnej przez polityków pozwoliłoby na efektywniejszą realizację zadań służących budowaniu silnej i konkurencyjnej Polski na arenie międzynarodowej.

Konieczne jest dalsze wspieranie projektów kulturalnych i artystycznych, ponieważ są one ważną częścią fundamentu dobrej dyplomacji kulturalnej. Na arenie międzynarodowej bardzo pozytywnie oceniana jest działalność prowadzona przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina oraz funkcjonującą w jego ramach bibliotekę. Konkurs Chopinowski jest wydarzeniem wyczekiwany przez muzyków z całego świata. Jest to wyjątkowa okazja, aby poznać wspaniałych wykonawców i pokazać polską kulturę. NIFC wzmacnia więzi między narodami poprzez sztukę i kulturę, ale też staje się pięknym pretekstem do poznawania ludzi i nawiązywania przyjaźni. Konkursy chopinowskie przyciągają ogromną liczbę turystów, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Pokazuje to, że dyplomacja kulturalna nie wpływa tylko na zrozumienie i poznanie kultury, ale staje się również siłą napędową ważnego filaru gospodarki – turystyki.

Bibliografia

1. Conferencia internacional. In *Dej Panhispanico* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://dpej.rae.es/lema/conferencia-internacional>. Stan z dnia 24.05.2023.
2. CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS. *Misiones y objetivos* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://icom.museum/es/sobre-nosotros/misiones-y-objetivos/>. Stan z dnia 04.12.2023.
3. Definición de Publicación. In *Significado. Definicion* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://significado.com/publicacion/>. Stan z dnia 24.05.2023.
4. DEPTA Henryk [et al.]. *Muzea biograficzne w procesie edukacji kulturalnej*. Warszawa; Radom: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji, 2013. ISBN 978-83-7789-180-3.
5. Discurso de los Catorce Puntos (Wilson, 1918). In *Enciclopedia Humanidades* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://humanidades.com/discurso-de-los-catorce-puntos-wilson-1918/>. Stan z dnia 10.05.2023.

6. DOROSZ Andrzej, OLESIŃSKI Zbigniew, PASTUSIAK Longin. *Stosunki międzynarodowe: teoria i praktyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2018. ISBN 978-83-208-2298-4.
7. GÓRALCZYK Wojciech, SAWICKI Stefan. *Prawo międzynarodowe publiczne w zarysie*. Warszawa: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-83-8223-147-2.
8. *Instytut Adama Mickiewicza* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://iam.pl/pl/o-nas/instytut-adama-mickiewicza>. Stan z dnia 10.05.2023.
9. KŁOSKOWSKA Antonina. *Encyklopedia kultury polskiej XX w.* T. 1. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze. Wrocław: Wiedza o Kulturze, 1991.
10. KONRACKA Monika. Dyplomacja publiczna – dylematy terminologiczne. In SURMACZ Beata (red.). *Nowe oblicza dyplomacji*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013, s. 317–330. ISBN 978-83-7784-288-1.
11. LANGOWSKA Justyna. Dyplomacja kulturalna czy kulturowa – definiowanie kultury i jej roli na arenie międzynarodowej z perspektywy nauk humanistycznych. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ. Nauki Humanistyczne*. 2018, nr 2, s. 37–60. ISSN 2082-9469.
12. LANGOWSKA Justyna. Polska dyplomacja kulturalna na bliskim wschodzie po 2003 r. *Krakowskie Studia Międzynarodowe*. 2004, nr 3, s. 211–236. ISSN 2451-0610.
13. ŁUKASZUK Leonard. *Dyplomacja współczesna a problemy prawa i bezpieczeństwa międzynarodowego*. Warszawa: Akademia Obrony Narodowej, 1999. ISBN 83-88062-05-0.
14. MARK Simon. *A Greater Role for Cultural Diplomacy* [Dokument elektroniczny]. 2009. Tryb dostępu: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf. Stan z dnia 12.12.2023.
15. MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *MKiDN i MSZ wspólnie na rzecz promocji kultury polskiej za granicą* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/kultura/mkidn-i-msz-wspolnie-na-rzecz-promocji-kultury-polskiej-za-granica>. Stan z dnia 02.08.2023.
16. MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *Raport: od wymiany kulturalnej do nowej inteligentnej siły. Promocja Polski przez kulturę* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutkorfantego.pl/wp-content/uploads/2019/02/Raport-o-promocji-Polski-przez-kulture-red.-Pawel-Potoroczyn.pdf>. Stan z dnia 20.12.2023.
17. MINISTERSTWO SPRAW ZAGRANICZNYCH. *Instytuty Polskie* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/instytuty-polskie>. Stan z dnia 13.09.2023.
18. MINISTERSTWO SPRAW ZAGRANICZNYCH. *Konkurs „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/konkurs-dyplomacja-publiczna-2020-nowy-wymiar>. Stan z dnia 28.07.2023.
19. NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI. *Promocja kultury polskiej za granicą* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.nik.gov.pl/plik/id,21207,vp,23839.pdf>. Stan z dnia 12.12.2023.
20. NYE Joseph S. *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. ISBN 978-83-60501-35-1.
21. ORGANIZACJE POZARZĄDOWE. *Konkurs „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://ngo.krakow.pl/aktualnosci/240053%2C52%2Ckomunikat%2Ckonkurs___dyplomacja_publiczna_2020_-_nowy_wymiar__.html. Stan z dnia 02.08.2023.
22. PACAK Paulina. *Soft power jako środek realizacji celów polityki zagranicznej państwa w systemie post westfalskim*. In HALIŻAK Edward, PIETRAŚ Marek (red.). *Poziomy analizy stosunków międzynarodowych*. T. 2. Warszawa: Rambler, 2013, s. 193–207. ISBN 978-83-62751-23-5.
23. PIBER Andrzej. *Droga do sławy: Ignacy Paderewski w latach 1860–1902*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1982. ISBN 83-06-00555-4.
24. SURMACZ Beata. *Nowe oblicza dyplomacji*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013. ISBN 978-83-7784-288-1.
25. VILLANUEVA RIVAS Cesar. *Construyendo el poder suave de México*. *Revista Mexicana Del Servicio Exterior*. 2017, nr 111, s. 5–19. ISSN 0185-6022.

26. WŁODARCZYK Ewa. Kultura. In PILCH Jerzy (red.). *Encyklopedia Pedagogiczna XXI wieku*. T. 2. Warszawa: Żak, 2003, s. 950-962. ISBN 978-83-89501-066.
27. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie jakością w bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2017. ISBN 978-64203-85-5.
28. ZENDEROWSKI Radosław, CEBUL Krzysztof, KRYCKI Mateusz. *Międzynarodowe stosunki kulturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010. ISBN 978-83-01-16344-0.
29. ZIĘTEK Agata W. (red.). *Międzynarodowe stosunki kulturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2010. ISBN 978-83-7561-136-6.

Z warsztatu bibliotekarza

Event marketing jako forma promocji biblioteki i czytelnictwa

opracowanie Maja Wojciechowska

Modele zarządzania bibliotekami od lat ewoluują. Coraz więcej tych instytucji odchodzi od dominującego wcześniej rozwiązania, w którym kluczowym celem jest gromadzenie i udostępnianie zbiorów. Ponieważ wiele zasobów dostępnych jest już w Internecie, placówki te w inny sposób zachęcają do odwiedzin w swoich murach. Coraz popularniejsza staje się koncepcja biblioteki jako miejsca spotkań, przestrzeni społecznej, która integruje ludzi, oferując im możliwość aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym, społecznym i naukowym. Zbiory nadal pozostają ważnym zasobem bibliotek, jednak dostrzegana jest również potrzeba aktywizacji lokalnej społeczności. Społeczności te dzięki wydarzeniom organizowanym przez biblioteki stają się bardziej otwarte, aktywne kulturalnie, dążą do samorozwoju, są bardziej zaangażowane, chętne do pomocy, częściej ufając innym ludziom i wspierając swoich członków. W związku z tym omówione zostanie zagadnienie *event marketingu*, sprzyjającego integracji i aktywizacji, którego celem może być promocja biblioteki, książki i kultury poprzez organizację różnego rodzaju imprez.

Definicja: Strategia promocyjna biblioteki, która ma na celu dokonanie zmian wizerunkowych, a więc promocję marki, usługi lub idei (celu) poprzez zaangażowanie otoczenia w różnego rodzaju wydarzenia organizowane przez tę placówkę. W zależności od przyjętych założeń, mogą to być zmiany związane z bardziej pozytywnym postrzeganiem konkretnej placówki, bibliotek w ogóle, wizerunkiem bibliotekarza, książki, czytelnictwa, kultury *etc.* Poza ociepleniem wizerunku, biblioteka może także dążyć do jego częściowego lub całkowitego przekształcenia, np. w związku z koncentracją na nowej grupie odbiorców usług. Niezależnie od przyjętych celów *event marketing* bazuje na bezpośrednim kontakcie ludzi z biblioteką, a zwłaszcza na budowaniu przez nią pozytywnych relacji z otoczeniem (szczególnie z czytelnikami), co wzmacnia u nich poczucie satysfakcji, a nawet może prowadzić do lojalności. *Event marketing* jest narzędziem komunikacji skoncentrowanym na rozwoju biblioteki i budowaniu jej marki poprzez organizację wydarzeń.

Tłumaczenie terminu: ang. *event marketing*, niem. *Veranstaltungsmarketing*, fr. *marketing événementiel*, ros. *ивент-маркетинг*

Główne cele *event marketingu* bibliotek:

- budowanie świadomości marki biblioteki;

- pogłębianie relacji z użytkownikami;
- budowanie bazy pozytywnych doświadczeń, zapadających w pamięć i sprzyjających lojalności;
- poprawa wizerunku biblioteki (ewentualnie promocja literatury, kultury *etc.*).

Rodzaje *event marketingu* w zależności od grupy docelowej:

- *event marketing* zewnętrzny – nastawiony na zmianę wizerunku biblioteki w oczach środowiska zewnętrznego, a zwłaszcza jej użytkowników – imprezy adresowane do czytelników, lokalnej społeczności, potencjalnych sponsorów, partnerów *etc.*;
- *event marketing* wewnętrzny – nastawiony na zmianę wizerunku w oczach pracowników biblioteki, współpracowników *etc.* – imprezy dla bibliotekarzy, współpracujących z biblioteką specjalistów *etc.*

***Event marketing* a działania pokrewne:**

- *event marketing* – organizacja imprezy bibliotecznej w celu zwiększenia zainteresowania biblioteką i promocji czytelnictwa, np. przygotowanie konkursu dla czytelników, który ma na celu zachęcenie do czytania, ale także do korzystania z usług biblioteki;
- *marketing eventu* – marketing skoncentrowany na promowaniu *eventu* – wydarzenia organizowanego przez bibliotekę, np. promocja pikniku czytelniczego w celu zwiększenia frekwencji, a w konsekwencji większego zainteresowania biblioteką oraz książką;
- marketing na *evencie* – prowadzenie działań marketingowych w trakcie *eventu* bibliotecznego, związanych z biblioteką lub jej partnerami (sponsorami, współorganizatorami *etc.*), np. reklama książek sponsora w trakcie wystawy organizowanej przez bibliotekę.

Obszary badań *event marketingu* w ramach różnych dyscyplin naukowych:

- ekonomia i zarządzanie – *event* jako forma działania marketingowego, budowanie marki poprzez *event*, wpływ ekonomiczny *eventów*;
- nauka o komunikacji społecznej i mediach – komunikacja z otoczeniem poprzez organizację wydarzeń, metody budowania wizerunku, przekazywania informacji *etc.*;
- psychologia – mechanizmy zachowań ludzkich, *eventy* jako forma wpływania na emocje i opinie społeczne, psychologiczne aspekty kształtowania reputacji organizacji poprzez organizację *eventów*;
- nauki prawne – prawne aspekty organizacji *eventów*;
- turystyka – organizacyjne aspekty *eventów*, *event* jako wydarzenie turystyczne; kulturoznawstwo – *eventy* jako forma promocji kultury;
- sztuka – *event* jako wydarzenie artystyczne;
- bibliologia – *event* jako forma spotkania z literaturą i jej twórcami, narzędzie budowania społeczności czytelniczej, promocji czytelnictwa i bibliotek jako instytucji kultury oraz nauki.

Przykłady wydarzeń organizowanych przez biblioteki w ramach *event marketingu*:

- spotkania autorskie;
- wystawy;
- pikniki literackie;
- gry i zabawy z książką;
- odczyty, wykłady, pokazy, seminaria, konferencje;
- kluby dyskusyjne;
- festiwale, targi;
- dni otwarte;
- koncerty;
- mecze sportowe, wyścigi, treningi;
- konkursy literackie;
- warsztaty pisarskie (np. dotyczące tworzenia komiksów, mangi, powieści, reporter-
skie *etc.*), ale także warsztaty niezwiązane bezpośrednio z książką;
- szkolenia i treningi edukacyjne;
- rocznice (np. jubileusz powstania biblioteki lub nadania jej imienia patrona);
- obchody świąt branżowych (np. Dnia Bibliotekarza, Światowego Dnia Książki
i Praw Autorskich, Międzynarodowego Dnia Bibliotek Szkolnych *etc.*);
- wydarzenia charytatywne;
- webinaria i inne wydarzenia w Sieci;
- *flash mobs, libduby, pop-up events.*

Rodzaje *eventów*:

- *eventy* krótko lub długoterminowe;
- *eventy* kameralne lub masowe;
- *eventy* lokalne, regionalne, ogólnokrajowe, międzynarodowe;
- *eventy* organizowane samodzielnie przez bibliotekę, *eventy* organizowane we współ-
pracy z czytelnikami lub partnerami biblioteki oraz *eventy* przygotowane przez
agencje *eventowe* na zlecenie biblioteki;
- *eventy* ogólnodostępne oraz *eventy* dostępne wyłącznie dla zarejestrowanych uczest-
ników;
- *eventy* ogólnotematyczne, *eventy* przeznaczone dla specjalistów lub pasjonatów da-
nej dziedziny;
- *eventy* nisko lub wysokobudżetowe;
- *eventy* realizowane w przestrzeni fizycznej lub w sieci;
- *eventy* jednorazowe lub cykliczne.

Czynniki wpływające na wybór typu *eventu*:

- charakter biblioteki – jej typ, specyfika, wielkość, rodzaj obsługiwanego środowiska
etc.;
- kluczowe usługi, które oferuje biblioteka i w oparciu o które chce budować swoją
markę;

- cele, które chce osiągnąć biblioteka poprzez organizację *eventu*;
- dostępny budżet i partnerzy;
- oczekiwania środowiska;
- dostępna infrastruktura oraz sprzęt.

Eventy a regulacje prawne – organizacja imprez bibliotecznych podlega licznym regulacjom prawnym, które trzeba uwzględnić już na etapie planowania wydarzenia. Mogą to być zapisy związane z prawem autorskim (jeśli np. na imprezie odtwarzana jest muzyka lub odczytywane są fragmenty książek), prawem o bezpieczeństwie imprez masowych (jeśli wydarzenie zgromadzi co najmniej 500 osób), prawem pracy (które reguluje np. sposób rozliczania czasu pracy bibliotekarzy w godzinach nadliczbowych), przepisy przeciwpożarowe i BHP czy też Ustawa prawo wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi – jeśli podczas *eventu* planowa jest dystrybucja alkoholu (np. w postaci lampki wina). Ponadto obowiązywać mogą rozmaite przepisy lokalne oraz inne regulacje wynikające ze specyfiki imprezy, miejscowe regulaminy czy ustalenia.

Promocja eventów – *event* aby cieszył się popularnością oraz przyniósł zamierzone efekty, powinien być odpowiednio promowany. W tym celu biblioteki mogą nawiązać kontakt z lokalnymi mediami – prasą, miejscową telewizją czy rozgłośnią radiową lub jeśli impreza jest mniejsza, napisać o niej na własnej stronie www oraz w mediach społecznościowych. Gdy impreza ma szerzej zakrojony charakter, to potrzebne będzie przygotowanie jej własnej strony www, a nawet newslettera. O wydarzeniu powinni pisać również partnerzy oraz sponsorzy, można zachęcić do tego także lokalne portale informacyjne, a nawet influencerów, którzy mogą promować wydarzenie. W przypadku spotkań autorskich powinni informować o nich, za pośrednictwem swoich kanałów, również autorzy i wydawcy. Po zakończeniu imprezy korzystne jest podtrzymywanie zainteresowania poprzez publikację fotorelacji, wyników zrealizowanych konkursów, filmów, wywiadów, opisów minionych wydarzeń, a nawet sprawozdań bądź notek informacyjnych dla lokalnych decydentów.

Kluczowe kwestie w organizacji *eventu* marketingowego:

- lokalizacja – miejsce imprezy powinno być łatwo dostępne, także dla osób o specjalnych potrzebach (np. osób z niepełnosprawnością ruchową), dobrze skomunikowane (dostęp do transportu publicznego), bezpieczne, atrakcyjne wizualnie i estetyczne, wyposażone w odpowiednie udogodnienia techniczne;
- czas – data, godzina oraz czas trwania *eventu* powinny być starannie wybrane oraz nie kolidować z innymi imprezami;
- bezpieczeństwo – fizyczne (np. budynek z zapewnionymi szybkimi drogami ewakuacji), cyberbezpieczeństwo (np. ochrona przed wyciekiem danych);
- zgodność z przepisami na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym, dotyczącymi organizacji imprez (np. przepisy przeciwpożarowe, przepisy epidemiczne);
- program merytoryczny *eventu* – odpowiednio dopasowany do potrzeb i zainteresowań uczestników, czasu trwania wydarzenia oraz możliwości biblioteki;

- goście zaproszeni do udziału w *evencie* (np. pisarze, wykładowcy, influencerzy – odpowiednio dobrani do tematu przewodniego i grupy docelowej *eventu*);
- współorganizatorzy – ich liczba oraz typ działalności powinien ułatwiać organizację imprezy oraz być zgodny z celami i wartościami propagowanymi przez bibliotekę;
- warunki techniczne – dostęp do odpowiedniej infrastruktury, sprzętu i oprogramowania;
- catering – zamówiony z uwzględnieniem potrzeb i preferencji zaproszonych gości oraz możliwości organizacyjnych i finansowych biblioteki, zgodnie z obowiązującymi wymogami; poczęstunek może być również samodzielnie przygotowany przez bibliotekarzy i/lub czytelników;
- narzędzia informatyczne wspierające organizację i promocję *eventu* – szczególnie ważne, jeśli wydarzenie adresowane jest do młodych odbiorców, kładących duży nacisk na komunikację elektroniczną.

Typy narzędzi elektronicznych wspierających organizację *eventów*:

- platformy elektroniczne do zarządzania *eventami*, współpracy z dostawcami oraz zaproszonymi gośćmi, umożliwiające sprzedaż biletów, rejestrację uczestników *etc.* (np. Meetup, Eventbrite);
- aplikacje mobilne towarzyszące *eventom* zapewniające dostęp do harmonogramów, informacji organizacyjnych, możliwość nawiązywania kontaktów elektronicznych z uczestnikami wydarzenia;
- oprogramowanie do marketingu elektronicznego wspierające promowanie wydarzenia w Sieci – w formie reklam, mailingu, w mediach społecznościowych *etc.* (np. Google Ads, Mailchimp);
- platformy do webinarów i konferencji w formie zdalnej (np. Zoom, Moodle);
- systemy CRM pomagające w zarządzaniu kontaktami z uczestnikami *eventu* (np. HubSpot);
- narzędzia badawcze wspierające ocenę wydarzenia i śledzące zaangażowanie uczestników (np. Google Analytics, ebadania, SurveyMonkey);
- oprogramowanie umożliwiające tworzenie materiałów promocyjnych – wizualnych i audiowizualnych (np. Canva, Adobe Creative Suite, Adobe Premiere);
- oprogramowanie do zarządzania projektami – ułatwiające planowanie, delegowanie zadań i monitorowanie postępów w realizacji projektu (np. Microsoft Project, FlexiProject);
- technologie fizycznie obecne na miejscu *eventu* – kioski interaktywne, ekrany multimedialne *etc.*

Trudności i ograniczenia w bibliotecznym *event marketingu*:

- koszty – organizacja każdego *eventu* wymaga poniesienia określonych wydatków; im większy *event* (i prawdopodobnie bardziej skuteczny), tym większe koszty jego organizacji. Biblioteki, w przeciwieństwie do instytucji komercyjnych, nie mogą liczyć na tzw. zwrot z inwestycji, a więc na to, że udany *event* zaowocuje zwiększoną

sprzedają i zwrotem nakładów, dlatego kluczową rolę odgrywają tu współorganizatorzy i sponsorzy, skłonni partycypować w wydatkach;

- sprzęt i infrastruktura – wiele bibliotek nie ma możliwości organizowania większych *eventów* w swoich ograniczonych przestrzeniach, nie dysponuje również potrzebnym sprzętem, zaś jego wynajem bądź wynajem firmy *eventowej* leży poza możliwościami placówki, stąd istotna rola partnerów wspierających przedsięwzięcie;
- zarządzanie projektami – w przypadku wielu placówek bibliotecznych, zwłaszcza niewielkich, o ograniczonej liczbie personelu, brak jest doświadczenia w zarządzaniu projektami – pozyskiwaniu partnerów, sponsorów, wykonywaniu lub delegowaniu zadań *etc.*;
- promocja wydarzenia – biblioteki mogą nie posiadać kompetencji, aby umiejętnie wypromować organizowane przez siebie wydarzenie. Ważna jest tu zarówno zdolność do nawiązywania kontaktów z mediami, jak i do samodzielnego przygotowywania materiałów promocyjnych, a następnie umieszczania ich w przestrzeni fizycznej oraz elektronicznej;
- czynniki naturalne – pogoda wpływa na atrakcyjność oraz możliwość zrealizowania imprez plenerowych, ale ograniczenia mogą wynikać także z innych czynników, jak choćby choroby sezonowe, które mogą mieć wpływ na frekwencję, np. w przypadku imprez jesienno-zimowych organizowanych dla małych dzieci szczególnie podatnych na zachorowania;
- konkurencja – biblioteki, chcąc przyciągnąć na organizowane przez siebie wydarzenia liczne grono uczestników, muszą być konkurencyjne względem innych imprez, przygotowywanych często przez dobrze dofinansowane firmy komercyjne.

Korzyści z *event marketingu*:

- lepsze poznanie biblioteki przez otoczenie, możliwość pokazania placówki w nowym świetle, jako instytucji otwartej, nowoczesnej, niesztampowej;
- możliwość bezpośredniego, niezobowiązującego spotkania z czytelnikami;
- szansa na nawiązanie pogłębionych relacji z lokalną społecznością;
- zwiększenie świadomości marki bibliotecznej;
- budowanie pozytywnego wizerunku biblioteki i możliwość poprawy jej reputacji;
- pokazanie różnorodności oferty biblioteki;
- zwiększenie wykorzystania dotychczasowych usług bibliotecznych lub wypromowanie nowych;
- lepsze poznanie czytelników, lokalnej społeczności, potencjalnych partnerów *etc.*;
- możliwość pozyskania nowych grup odbiorców usług, dla których dedykowany był *event*;
- zwiększenie widoczności biblioteki w mediach;
- lepsza komunikacja z otoczeniem;
- nawiązanie trwalszych i wielokierunkowych relacji z użytkownikami, a nawet możliwość stworzenia, dzięki pozytywnym i zapadającym w pamięć doświadczeniom, nowych ambasadorów marki;
- zwiększenie otwartości na środowisko zewnętrzne, jego potrzeby i zachowania;

- usprawnienie marketingu bibliotecznego i podniesienie innowacyjności biblioteki;
- możliwość pokazania otoczeniu zaangażowania biblioteki.

Literatura przedmiotu

1. CURYŁO Monika. „Kampania czytelnicza”, czyli propaganda książki. Akcje społeczne promujące książkę, czytelnictwo i bibliotekę. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Sfera kultury, sfera nauki: współczesny obraz biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2014, s. 87–110. ISBN 978-83-64335-05-1.
2. GALANT Katarzyna. Charakterystyka i przegląd akcji promujących czytelnictwo. *Zarządzanie Biblioteką*. 2020, nr 1, s. 65–84. ISSN 2081-1004.
3. HAS-TOKARZ Anita. *Event marketing*. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023, s. 601–620. ISBN 978-83-89316-82-0.
4. JANCZULEWICZ Katarzyna. Biblioteczna społeczność Wielkiej Ligi Czytelników jako przykład współpracy międzyinstytucjonalnej. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie zasobami niematerialnymi bibliotek w społeczeństwie wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2016, s. 170–184. ISBN 978-83-64203-64-0.
5. KOSIK Edyta. Kreowanie wizerunku bibliotek poprzez imprezy społeczno-kulturalne. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2016, nr 2. Tryb dostępu: <https://ebibojs.pl/index.php/ebib/article/view/224>. Stan z dnia 26.11.2023.
6. STANIÓW Bogumiła. Spektakularne imprezy. *Biblioteka w Szkole*. 2008, nr 10, s. 1–2. ISSN 0867-5600.
7. STAWIŃSKA Joanna. Formy promocji książki i czytelnictwa na przykładzie wybranych łódzkich inicjatyw w latach 2009–2012. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Sfera kultury, sfera nauki: współczesny obraz biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2014, s. 250–258. ISBN 978-83-64335-05-1.
8. TOPOLEWSKA Olga. *Akcje, kampanie i imprezy czytelnicze skutecznym sposobem zachęcania uczniów do czytania* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.cen.bialystok.pl/bibservis/?id/163/akcje-kampanie-i-imprezy-czytelnicze-skutecznym-sposobem-zachecania-uczniow-do-czytania>. Stan z dnia 10.11.2023.
9. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej. Rozwój, bariery, technologie*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015. ISBN 978-83-64203-38-1.
10. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Monika. Imprezy kulturalne realizowane w ramach Nocy Bibliotek jako przykład formy promocji biblioteki. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 19, s. 109–130. ISSN 2299-565X.
11. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Monika. Promocja jako instrument marketingu wspierający działania bibliotek w obliczu niskiego czytelnictwa Polaków. Przykłady akcji i działań promujących czytelnictwo. *Zarządzanie Biblioteką*. 2020, nr 1, s. 23–36. ISSN 2081-1004.

Wywiady

W stronę efektywnej komunikacji i inkluzywnego współdziałania z różnorodnymi czytelnikami – rozmowa z dr Magdaleną Cyrklaff-Gorczycą

poprowadziła Maja Wojciechowska

Pracuje Pani w Instytucie Badań Informacji i Komunikacji Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Prowadzi tam Pani zajęcia związane z działalnością bibliotek oraz informacją, ale jest Pani także wykwalifikowaną psycholożką. Specjalistek łączących takie kompetencje jest w Polsce niewiele – czy uważa Pani, że to korzystne połączenie?

Myślę, że to połączenie pozwala mi spojrzeć na sytuację osób korzystających z bibliotek oraz pracujących w nich z bardzo szerokiej perspektywy. Znam temat od strony teoretycznej i praktycznej, ponieważ współpracuję z bibliotekami, szkolę ich personel i pomagam zrozumieć sytuację różnych grup użytkowników, które odwiedzają bibliotekę. Jednocześnie staram się także dbać o rozwój bibliotekarek i bibliotekarzy, projektując dla nich szkolenia rozwijające ich umiejętności w zakresie obsługi osób ze szczególnymi potrzebami czy wspierające ich funkcjonowanie w sytuacjach stresogennych.

Właśnie otrzymała Pani Nagrodę Naukową im. Adama Łysakowskiego w kategorii prace o charakterze praktyczno-wdrożeniowym za książkę *Komunikacja interpersonalna i psychologiczne aspekty pracy z ludźmi: od instytucji kultury do biznesu*. Czy mogłaby Pani opowiedzieć o tej publikacji?

Publikacja dotyczy szeroko rozumianej komunikacji oraz radzenia sobie ze stresem. Żyjemy w bardzo trudnych czasach, przeżyliśmy pandemię, trwa wojna u naszych sąsiadów. To powoduje, że często odczuwamy duży poziom stresu. Do tego codziennie funkcjonujemy z zakłóceniami w komunikacji czy w trudnych sytuacjach zawodowych, dlatego celem powstania książki było zebranie w jednym miejscu informacji i praktycznych wskazówek na temat zdrowej, efektywnej komunikacji i minimalizowania stresu w relacjach osobistych i zawodowych. W książce zawarte są propozycje autorskich rozwiązań, w szczególności dotyczących radzenia sobie w trudnych sytuacjach z klientem czy współpracownikiem.

Co skłoniło Panią do napisania tej pozycji?

Od wielu lat pracuję z ludźmi w różnych instytucjach oraz przy różnorodnych projektach. Zwracam w nich uwagę na istotę wspierania się w rozwoju i efektywnej, zdrowej komunikacji. Realizuję badania z tego zakresu, szkolenia i piszę poradniki. Pandemia

COVID-19 pogłębiła wiele trudności, sprzyjała rozwojowi depresji, zaburzeń lękowych, poczuciu izolacji, a czasem nawet zwiększonemu poziomowi agresji. Zauważyło to Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, które zaprosiło mnie w czasie pandemii do współpracy w ramach inicjatywy pn. „#NieZostawiamCzytelnika”. Współpraca ta miała na celu „promowanie dostępu do kultury, nauki i informacji w czasie pandemii”, między innymi poprzez informowanie o ciekawych przedsięwzięciach czy realizowanie bezpłatnych webinarów i warsztatów online. W ramach tego projektu zorganizowaliśmy wraz z SBP seminarium pt. „Biblioteka włączająca – zadania, wyzwania, realizacja”, które odbyło się 20 października 2021 r. W czasie seminarium wystąpiłam z referatem „Psychologiczne i praktyczne aspekty komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami i zaburzeniami psychicznymi”. Okazało się, że tematyka ta bardzo interesuje nie tylko pracowników instytucji kultury, ale także ludzi działających w obszarze edukacji, wsparcia oraz szeroko rozumianej obsługi klienta. Tak narodził się pomysł napisania książki, która porusza aspekty komunikacji i radzenia sobie ze stresem zarówno przez pracowników, przełożonych czy klientów różnych organizacji, jak i każdego, kto chce rozwinąć swoje umiejętności interpersonalne.

Na co dzień, poza pracą naukową, prowadzi Pani również praktykę psychologiczną oraz zajmuje się Pani szkoleniami dla biznesu, edukacji i organizacji kultury. Czy mogłaby Pani więcej powiedzieć na temat potrzeb środowiska bibliotekarskiego w tym zakresie? Jakiego typu szkoleń najbardziej potrzebują bibliotekarze? Jakie problemy zgłaszają najczęściej?

Potrzeby środowiska bibliotekarskiego są bardzo duże. Pracownicy bibliotek czują się często niedoceniani, w rozmowach zwracają uwagę na niedofinansowanie bibliotek. Potrzeba zatem wielu zmian, które wpłynęłyby na wzmocnienie pozycji pracowników bibliotek oraz polepszenie ich statusu finansowego. Jeśli zaś chodzi o szkolenia dla tej grupy, to na pewno ważne są dla nich warsztaty rozwijające ich kompetencje miękkie, umiejętności radzenia sobie w trudnych sytuacjach z klientami i współpracownikami oraz wspierające ich pracę z osobami ze szczególnymi potrzebami.

Bibliotekarze pracują z różnymi grupami klientów, o różnych umiejętnościach, potrzebach i zachowaniach. Jak Pani sądzi, które sytuacje są w pracy bibliotekarzy najtrudniejsze?

Z najnowszych badań kondycji psychicznej mieszkańców Polski wynika, że ponad 8 milionów dorosłych Polaków doświadcza różnych zaburzeń psychicznych, a tylko kilkanaście procent z nich korzystało z pomocy psychologicznej lub psychiatrycznej. Wśród nich są pracownicy i klienci różnych organizacji, w tym bibliotek. Każda z tych osób ma mniejsze lub większe trudności w funkcjonowaniu, a więc należy do osób ze szczególnymi potrzebami. Osoby te, ze względu na swoje wewnętrzne lub zewnętrzne cechy czy okoliczności, muszą podjąć dodatkowe działania lub zastosować dodatkowe środki, aby w pełni uczestniczyć w różnych sferach życia na równi z innymi ludźmi. Dużym wyzwaniem jest dla bibliotek obsługa osób ze szczególnymi potrzebami, czyli np. osób z niepełnosprawnościami, trudnościami psychicznymi czy edukacyjnymi. Mogą to być osoby z grup zagrożonych

wykluczeniem lub wykluczone społecznie, edukacyjnie, ekonomicznie, cyfrowo itd. Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. rozszerza wyraźnie krąg osób ze szczególnymi potrzebami o na przykład matki z wózkami z dziećmi, rodziców z małym dzieckiem, kobiety w ciąży, osoby starsze, osoby z nogą w gipsie czy osoby z ciężkim bagażem, zaznaczając, że na pewnym etapie życia każdy z nas może mieć szczególne potrzeby. Dotyczy to nie tylko klientów, petentów czy uczniów danej instytucji, ale także jej pracowników oraz osób, które z nią współpracują, a więc dostawców towarów, gości, zleceniobiorców, grantodawców itp. Warto by było, aby pracownicy bibliotek byli dobrze przeszkoleni w zakresie obsługi tych osób i inkluzywnej komunikacji z nimi.

Jaki wpływ miała pandemia na psychologiczne aspekty pracy bibliotekarzy?

Pandemia dla wielu ludzi była nieprzewidywalnym i ekstremalnym przeżyciem. To było życie w lęku przed zarażeniem się wirusem i jego skutkami oraz w chaosie związanym ze zmianami w funkcjonowaniu prywatnym i zawodowym. Ludzie zaczęli odczuwać coraz większy dyskomfort psychiczny. U wielu z nich zintensyfikowały się objawy chorób i zaburzeń psychicznych, a u innych pojawiły się stany lękowe czy zaburzenia adaptacyjne. Dotknęło to także intensywnie pracowników bibliotek, którzy w szybkim tempie musieli reagować na nowe warunki rzeczywistości.

Pracownicy różnych instytucji żyli w dużym stresie o zdrowie swoje i swoich bliskich. Musieli jednocześnie szybko adaptować się do pracy zdalnej. Część bibliotekarzy odczuwała tęsknotę za spotkaniami z czytelnikami. Czytelnicy także poczuli, że miejsce, w którym do tej pory mogli być wysłuchani, spędzić aktywnie czas, jest teraz niedostępne. Oczywiście były też takie osoby, dla których izolacja i dystans społeczny były doświadczeniem w jakiś sposób pozytywnym. Mogli wtedy „odpocząć” od ludzi i nadmiernych bodźców. Jednak badania przeprowadzone po dłuższym czasie pokazały, że wielu pracowników różnych instytucji odczuwało jeszcze przez jakiś czas po pandemii przeciążenie pracą online oraz skutki trudności psychicznych, które wcześniej przeżywali.

Jak Pani sądzi, jak powinny reagować biblioteki na pogłębiającą się izolację społeczną, spowodowaną m.in. uzależnieniem pewnych grup osób od mediów elektronicznych?

Problemem jest nie tylko izolacja społeczna na skutek uzależnień od nowych technologii. Problemem w tych czasach jest to, że żyjemy w ciągłym napięciu. Ciągłe czegoś się od nas wymaga. Najlepiej na wczoraj... Ciągłe *deadline'y*, które ktoś albo my sami sobie wyznaczamy. Albo coraz wyższe wymagania co do awansu zawodowego, co do wykształcenia dzieci, co do pełnienia swoich różnych ról życiowych i zawodowych. Potrzeba zatem przypominania o tym, jak przywracać równowagę w życiu, jak się wyciszyć, zrelaksować. Gdy pojawi się równowaga, to nie będzie potrzeby takiego kompulsywnego korzystania czy z mediów, czy z innych form pseudoprzyjemności. Ważne jest także, aby od najmłodszych lat pokazywać dzieciom, jak ważna jest komunikacja „twarzą w twarz”. Ważne jest rozwijanie kompetencji miękkich, czytanie, dbanie o swoje granice i radzenie sobie ze stresem i przeciążeniem. Myślę, że warto pokazywać dzieciom, młodzieży i dorosłym, jak

wylogować się z Sieci do normalnego życia. Tutaj dużą rolę mogą pełnić projekty, warsztaty w bibliotece na wspomniane wyżej tematy.

I na koniec, ostatnie pytanie – jak Pani widzi idealny model współpracy bibliotekarz–użytkownik?

Idealny model współpracy to przede wszystkim wchodzenie w relacje oparte na efektywnej komunikacji. Warto zacząć ten proces od diagnozy potrzeb obecnych i przyszłych czytelników, aby wiedzieć, z kim ma się do czynienia, kto w jaki sposób może w przestrzeni biblioteki funkcjonować. W kolejnym etapie ważne jest stałe monitorowanie nawiązanego partnerstwa i szukanie wspólnych przestrzeni do twórczej współpracy.

Bardzo dziękuję za rozmowę.

Ja również dziękuję.

Fotografia 1. dr Magdalena Cyrklaff-Gorczyca, autorka książki *Komunikacja interpersonalna i psychologiczne aspekty pracy z ludźmi*

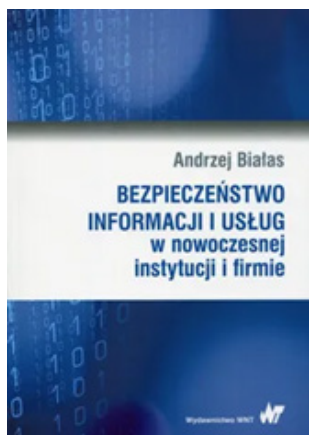


Źródło: fotografia nadesłana.

Przegląd literatury

Publikacje polskie

wybór i opracowanie Bożena Bogdańska



Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie / Andrzej Białas. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, Wydawnictwo WNT, 2023. ISBN 978-83-01-19416-1.

Książka stanowi kompendium wiedzy na temat zapewniania bezpieczeństwa informacji i usług. Czytelnik stopniowo poznaje podstawowe pojęcia, metody i narzędzia związane z bezpieczeństwem teleinformatycznym, rozpatrywanych na tle bezpieczeństwa w ujęciu technicznym, etapy tworzenia systemu bezpieczeństwa oraz jego funkcjonowanie (ewidencjonowanie zasobów, analiza ryzyka, dobór wymagań i zabezpieczeń, wypracowanie strategii zapewnienia bezpieczeństwa, procesy wdrożeniowe). Autor podaje wiele praktycznych przykładów, wykazów, list kontrolnych, szablonów oraz wzorów dokumentów, opracowanych na podstawie obowiązujących norm i zaleceń, tak by można było wykorzystać te elementy do rozwiązania problemów we własnej instytucji – niezależnie od jej wielkości i specyfiki działania. Książka jest przeznaczona dla osób zajmujących się zagadnieniami bezpieczeństwa teleinformatycznego w różnego rodzaju instytucjach, w tym w jednostkach administracji publicznej. Chodzi tu o inspektorów bezpieczeństwa, administratorów systemów, audytorów, menedżerów, a także informatyków. Skorzystają z niej również studenci informatyki, telekomunikacji, zarządzania oraz informacji naukowej i bibliotekoznawstwa. Pozycja z 2023 r. jest już kolejnym wznowieniem popularnego tytułu.



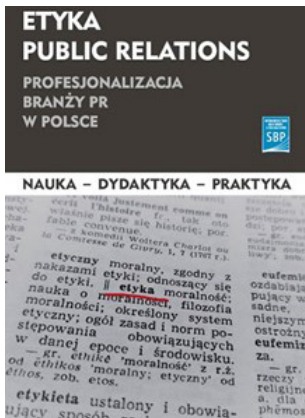
Biblioteka w sercu – jak być bibliotekarzem XXI wieku? / red. Katarzyna Zalewska, Marta Lach. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-65741-94-3.

Książka zawiera referaty z Forum Młodych Bibliotekarzy, organizowane przez Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich od 2006 r. Tematyka tomu skupiona jest wokół współczesnej profesji bibliotekarza, która traktowana jest w tym przypadku jako pasja i misja. O różnych pokoleniach i o pokoleniowych różnicach, o współczesnym obrazie młodego bibliotekarza, o tym, jak dążyć do spełnienia w zawodzie opowiadają autorzy. Twórcy książki piszą ponadto, jak kreować w bibliotece przyjazne miejsca, jak architektura i estetyka wpływają na obraz i odbiór biblioteki oraz jak pozyskiwać środki na innowacje i ulepszenia, a także dlaczego warto sięgać po różnorodną literaturę (włącznie z komiksami) i nowoczesne technologie w promowaniu czytelnictwa. Ponadto radzą, jak zarządzać sobą, rozwijać się, organizować swój czas i czerpać satysfakcję z pracy, gdzie szukać możliwości na wyjazdy zagraniczne i jakie to niesie korzyści.



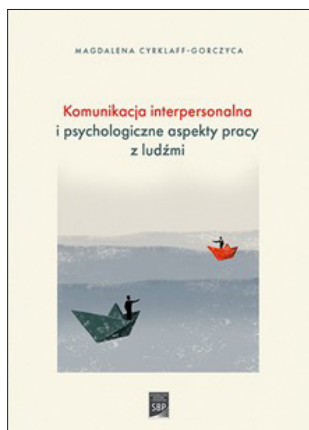
Efektywne zarządzanie konfliktem i stresem zawodowym w organizacji / Katarzyna Białczyk. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2023. ISBN 978-83-231-5264-4.

Czym jest stres zawodowy, jak nim zarządzać, jak zarządzać konfliktem w organizacjach, jak kształtować odporność na stres uwarunkowaną czynnikami neurobiologicznymi i psychologicznymi, np. cechami temperamentu afektywnego czy poziomem inteligencji emocjonalnej, jakie są strategie radzenia sobie ze stresem – na te i inne pytania odpowiada publikacja. Książka prezentuje wyniki badań światowych oraz własnych autorki. Podkreśla ona znaczenie oddziaływań psychologicznych w zapobieganiu nadmiernej eskalacji konfliktu oraz negatywnym skutkom stresu w wymiarze indywidualnym i społecznym. Podaje metody na zarządzanie ryzykiem i metody prewencji stresu zawodowego, co może okazać się przydatne zarówno dla pracowników bibliotek, jak i kadry kierowniczej tych instytucji.



Etyka public relations. Profesjonalizacja branży PR w Polsce / red. Monika Kaczmarek-Słowińska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-65741-93-6.

W publikacji zaprezentowano zagadnienia z zakresu teorii komunikowania, w tym komunikowania międzynarodowego, szeroką perspektywę mediodoznawczą, politologiczną i filozoficzną – w odniesieniu do podstawowego zagadnienia etyki public relations. Wszystkie tematy skupione są wokół idei przewodniej: poszukiwania zasad poprawnego komunikowania oraz etyki w działaniach komunikacyjnych. Autorzy podkreślają ponadto prewencyjny charakter PR i troskę o jakość porozumiewania się pomiędzy podmiotami i interesariuszami. Książka składa się z 13 artykułów, które omawiają tematykę właściwej komunikacji, z uwzględnieniem godności, sympatii i przyjaźni do człowieka (w oparciu o wymiar etyczny i społeczny public relations profesora Jerzego Ołędzkiego). Ponadto czytelnik przeczytać może, jak wygląda etyka public relations w czasopiśmie mediodoznawczych, czym jest Złoty standard i realizacja standardów profesjonalnego public relations w kampaniach nagrodzonych w konkursie Złote Spinacze 2021. Kilka tekstów skupionych jest wokół public relations podczas pandemii COVID-19, informowania i dezinformowania społeczeństwa oraz odpowiedzialności marek i influencerów w działaniach komunikacyjnych. Wiele z tych zagadnień może być interesujących dla bibliotekarzy i ważnych w pracy bibliotek różnego typu.



Komunikacja interpersonalna i psychologiczne aspekty pracy z ludźmi / Magdalena Cyrklaff-Gorczyca. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-65741-97-4.

Publikacja kierowana jest do szerokiego grona odbiorców – pracowników, przełożonych i klientów organizacji działających w różnych sektorach życia publicznego. Ma stanowić wsparcie w formalnych kontaktach społecznych, kiedy z różnych powodów komunikacja z drugą osobą (osobami) jest utrudniona, wymaga szczególnej uwagi, zaangażowania, opanowania emocji. Książka jest odpowiedzią na aktualne potrzeby czytelników i zdaje się bardzo potrzebna na wielu płaszczyznach życia. Łączy w sobie wiedzę teoretyczną (siedła konsumpcji, wpływ mediów i technologii na człowieka, pandemia, wojna i kryzys ekonomiczny oraz stres i lęk, a także efektywna i zdrowa komunikacja) z praktycznymi rozwiązaniami w oparciu o bieżący stan prawny i rozumienie pojęcia „osoby ze szczególnymi potrzebami i w trudnych sytuacjach”. Zawiera szereg testów, ćwiczeń, technik, które pozwalają w podstawowym zakresie ocenić swoje kompetencje komunikacyjne.



Marketing w działalności biblioteczej / red. Maja Wojciechowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-67723-04-6.

Książka pod redakcją Mai Wojciechowskiej stanowi wyczerpujące studium marketingu bibliotecznego, które zostało przygotowane przez badaczy tego zjawiska reprezentujących ośrodki naukowe z całej Polski. Książkę podzielono na osiem części: Wprowadzenie do zagadnień marketingu, Zakres i funkcje marketingu bibliotecznego, Komunikacja z klientem biblioteki, Elementy marketingu w wewnętrznych procesach zarządzania biblioteką, Znaczenie marketingu bibliotecznego w relacjach z otoczeniem zewnętrznym, Elektroniczne i wizualne formy marketingu bibliotecznego, Wybrane zagadnienia zarządzania marketingiem w środowisku bibliotek, Doświadczenia bibliotek w obszarze działalności marketingowej. W poszczególnych rozdziałach umiejętnie przedstawiono wątki teoretyczne oraz wyniki najnowszych badań naukowych dotyczących stosowania marketingu w bibliotekach.

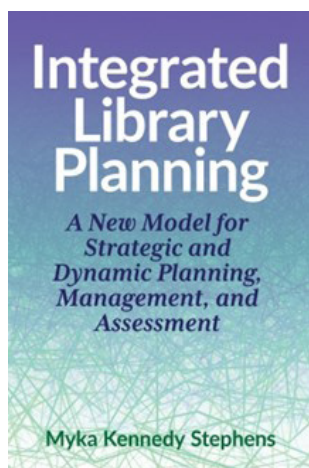


Nauka o informacji w okresie zmian: nauka wobec współczesności: wojny informacyjne / red. Barbara Sosińska-Kalata, Piotr Tafiłowski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023. ISBN 978-83-67723-08-4.

Szerokie upowszechnienie i dynamiczny rozwój cyfrowych technologii informacyjnych, mediów społecznościowych, dziennikarstwa, technologii smart sterujących otaczającymi nas urządzeniami czy całymi gałęziami przemysłu niosą ze sobą nie tylko szanse szybszego przepływu i lepszego wykorzystania informacji, lecz także zagrożenia związane z cyberterroryzmem, dezinformacją, teoriami spiskowymi, *fake newsami* i wszelkimi aspektami wojen prowadzonych w cyberprzestrzeni. Książka stanowi refleksję nad tymi zjawiskami z punktu widzenia nauk humanistycznych i społecznych: nauk o komunikacji społecznej i mediach (informatologia, medioznawstwo), nauk o bezpieczeństwie, politologii, ale także filozofii czy socjologii. Wiele z omówionych w niej zagadnień starannie powinni przeanalizować bibliotekarze oraz specjaliści ds. informacji.

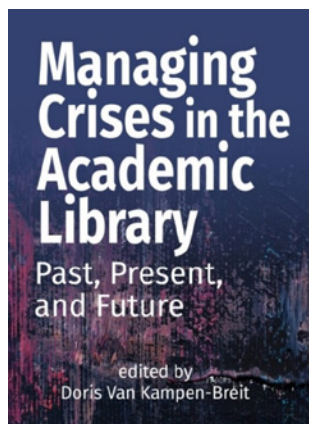
Publikacje zagraniczne

wybór i opracowanie Bożena Bogdańska



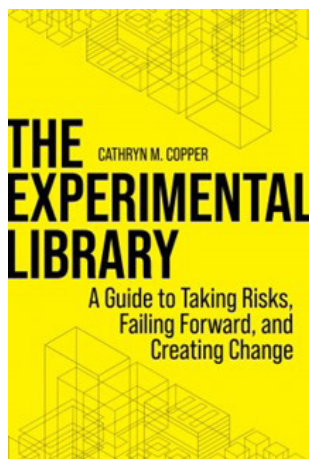
Integrated library planning: a new model for strategic and dynamic planning, management, and assessment / Myka Kennedy Stephens. Chicago: Association of College and Research Libraries, 2023. ISBN 978-0-8389-3937-6.

W książce zaproponowano nowe podejście do zarządzania strategicznej biblioteką. Wiele planów i projektów bibliotecznych, od małych po te największe, obejmujące całą instytucję, realizowanych jest w systemie liniowym: utwórz plan, wykonaj go, a następnie przejrzyj wynik. Choć może to być skuteczne, czasami prowadzi również do zignorowania nowych informacji, które pojawiają się podczas realizacji planu, co czyni wynik mniej efektywnym. Sam proces może ponadto być wymuszony i z góry określony, jeśli uwagi interesariuszy nie będą poważnie brane pod uwagę. Kiedy zdarza się to zbyt wiele razy, pracownicy przestają przedstawiać swoje opinie i nowe pomysły, ponieważ nauczyli się, że planiści tak naprawdę nie chcą ich słuchać. W zwięzłych siedmiu rozdziałach, zawierających ilustracje, wykresy, przykładowe konspekty oraz wiele narzędzi, zaproponowano inny rodzaj podejścia do planowania, które jest zarówno strategiczne, jak i dynamiczne. Opiera się na otwartej komunikacji, uczciwej ocenie i wnikliwej obserwacji. Era planów strategicznych o stałej długości dobiega końca. Elementy tego modelu mogą do złudzenia przypominać praktyki planowania strategicznego stosowane w bibliotekach od dziesięcioleci, jednakże bazuje on na słuchaniu uwag interesariuszy i skutecznym zarządzaniu zmianami, nie służąc jedynie usatysfakcjonowaniu administratorów.



Managing crises in the academic library: past, present and future / red. Doris Van Kampen-Breit. Chicago: Association of College and Research Libraries, 2023. ISBN 978-0-8389-3939-0.

Kiedy pojawia się kryzys, to pracownicy decydują o odporności i efektywności organizacji. To ich reakcja, zdolność planowania na wypadek sytuacji awaryjnych oraz umiejętność tworzenia rozwiązań stanowi różnicę między sukcesem a porażką biblioteki. 29 rozdziałów napisanych przez autorów ze wszystkich typów i rozmiarów instytucji bibliotecznych może pomóc pracownikom bibliotek wyciągnąć wnioski z kryzysów z przeszłości i przygotować się na kolejne nieoczekiwane wydarzenia. Rozdziały obejmują wnioski wyciągnięte z pandemii COVID-19, ciągłej niepewności budżetowej, łączenia działów, łagodzenia skutków pełni i problemów ze zdrowiem psychicznym. Oferują także strategie mające zastosowanie w każdym kryzysie.



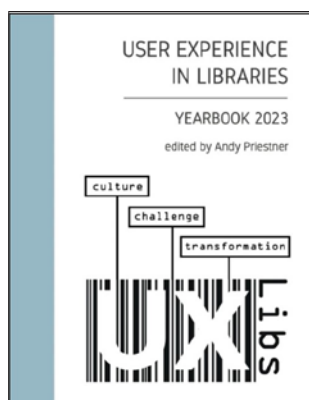
The experimental library: a guide to taking risks, failing forward and creating change / Cathryn M. Copper. Chicago: Association of College and Research Libraries, 2023. ISBN 978-0-8389-3965-9.

Ostatnie pięć lat pokazało, że trzymanie się status quo nie wchodzi w grę w sytuacji, w której obecnie znajdują się biblioteki. Zamiast tego, jak dowiodły doświadczenia wielu placówek, te, które eksperymentują, są lepiej przygotowane do przystosowania się do szybko zmieniającego się środowiska oraz zmieniających się potrzeb i zachowań użytkowników. W publikacji pokazano, jak czerpać z nowych podejść i technologii, aby w wykorzystać eksperymenty jako narzędzie do testowania pomysłów i reagowania na zmiany. Przedstawione rozwiązania zapożyczono m.in. z sektora *start-upów*, aby pokazać, jak przyjąć perspektywę skupioną na człowieku i opartą na myśleniu projektowym w trakcie rozwiązywania problemów.



The world's most beautiful libraries / Massimo Listri, Elisabeth Sladek, Georg Ruppelt. Kolonia: Taschen, 2023. ISBN 978-3836593816.

Podróże po bibliotekach to fascynujące doznania. W czterdziestej już edycji książki możemy poznać książnice począwszy od tych najpotężniejszych, najstarszych, najistotniejszych (jak np. Biblioteka Aleksandryjska), przez klasztorne (np. w Limie w Peru, z archiwalnymi dokumentami z czasów Inkwizycji), po współczesne (np. Biblioteka Morgana w Nowym Jorku z kasetonowymi sufitami). Fotograficzna podróż Massimo Listri po wspólnych miejscach to doświadczenie pełne doznań, wyobraźni, odkryć (m.in. cennych rękopisów, tomów oprawionych w płótno czy nadzwyczajnych dzieł skrywających wiedzę, idee i piękno sztuki). Autorzy prezentują w tomie zarówno wnętrza bibliotek, jak i ciekawe historie ich dotyczące. Przedstawiają wybitne biblioteki prywatne, publiczne, edukacyjne i klasztorne; starożytne, średniowieczne, klasyczne, barokowe, instytucje rokokowe i XIX-wieczne, które przechowują najcenniejsze zapisy ludzkich myśli i czynów, spisane i wydrukowane w rękopisach, zwojach papierusowych i inkunabułach. Fotografie Listriego oddają niepowtarzalną atmosferę bibliotek, a także ich najcenniejsze zbiory. To przegląd niczym bibliofilski konkurs piękności, oda do wiedzy i podkreślenie szczególnej magii druku.



User experience in libraries: yearbook 2023: culture, challenge, transformation / red. Andy Priestner. Cambridge: Independently Published, 2023. ISBN 979-8374878417.

User Experience in Libraries (popularnie znana jako UXLibs) to globalna społeczność praktyków zaangażowana w odkrywanie, udostępnianie i propagowanie metod badań i projektowania UX w bibliotekach i usługach edukacyjnych, w sektorze akademickim i publicznym. Autorzy książki opowiadają o doświadczeniach użytkowników podczas korzystania z usługi czy produktu, o poprawnym rozumieniu jego zachowań oraz o tym, jak dostosować instytucje w zakresie pracy związanej z UX. To pozycja „na start”, opisująca doświadczenia i zachowania użytkowników w kontekście pracy z technikami UX.



What you are looking for is in the library: the uplifting Japanese fiction bestseller about the magic of libraries and the power of books / Michiko Aoyama. Londyn: Transworld, 2023. ISBN 978-0857529121.

A gdyby tak dopytać użytkownika biblioteki, czego szuka, czego potrzebuje i dopasować idealnie książkę do niego, by pomóc mu rozwiązać problem, z którym się zmagają, opisać sytuację, w jakiej się znalazł? Czego szukasz? – pyta najbardziej enigmatyczny bibliotekarz Tokio, Sayuri Komachi i pomaga odnaleźć to, czego szukają czytelnicy – a są oni różnorodni. Jest wśród nich niespokojny sprzedawca, chętny do zdobywania nowych umiejętności; matka stojąca w obliczu degradacji w pracy po urlopie macierzyńskim; sumienny księgowy, który pragnie otworzyć sklep z antykami; utalentowany młody artysta mangi poszukujący motywacji; emeryt szukający nowego celu w życiu. To warta polecenia, niezwykle interesująca pozycja.

Spotkania naukowe

Konferencje i seminaria polskie

opracowanie Jolanta Laskowska

9. Lubelskie Forum Bibliologów, Informatologów i Bibliotekarzy „Innowacje w komunikacji z czytelnikami. Trendy – narzędzia – wdrożenia”

<https://www.umcs.pl/pl/9-forum-innowacje-w-komunikacji-z-czytelnikami-uzytkownikami,26057.htm>

9 marca 2023 r. odbyło się w Lublinie 9. Forum Bibliologów, Informatologów i Bibliotekarzy. Spotkanie miało formę hybrydową, a jego organizatorem była Katedra Informatologii, Bibliologii i Edukacji Medialnej Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS. Tematem przewodnim konferencji były innowacje w komunikacji z czytelnikami i użytkownikami. Skupiono się na trendach, narzędziach oraz wdrożeniach. Forum miało na celu rozważenie nowych koncepcji, strategii rozwoju bibliotek oraz roli czytelników w procesie projektowania i wdrażania innowacyjnych narzędzi, produktów i usług komunikacyjnych. Konferencja odbyła się pod patronatem medialnym EBIBu.

Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Open Access. Rola bibliotek w upowszechnianiu idei otwartej nauki”

<https://pans.wloclawek.pl/open-access-rola-bibliotek-w-upowszechnianiu-idei-otwartej-nauki-wloclawek-25-04-2023/>

25 kwietnia 2023 r. odbyła się zdalna konferencja naukowa zorganizowana przez Państwową Akademię Nauk Stosowanych we Włocławku – Bibliotekę Uczelnianą wraz z Zakładem Zarządzania, Zakładem Pedagogiki oraz Wydziałem Nauk o Zdrowiu. Celem konferencji było zaprezentowanie sposobów i metod implementacji otwartej nauki w bibliotekach naukowych. Zwrócono również uwagę na znaczenie Open Access dla rozwoju uczelni i nauki. Konferencja odbyła się pod patronatem medialnym EBIBu.

Konferencja naukowa „Wokół Paula Ladewiga i jego *Katechizmu biblioteki*”

<https://www.konferencja.kinib.ukw.edu.pl>

W dniach 29 i 30 maja 2023 r. w Bibliotece Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy odbyła się trzecia już konferencja „Wokół Paula Ladewiga i jego *Katechizmu biblioteki*”, której organizatorem był Instytut Filozofii Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. Program konferencji dotyczył potrzeb współczesnych bibliotek, oczekiwań użytkowników, problemów związanych z ich funkcjonowaniem, przyszłości bibliotek,

a także wyzwań wynikających ze zmian technologicznych i kulturowych w otaczającym środowisku. Celem konferencji była także popularyzacja sylwetki bibliotekarza Paula Ladewiga, przypomnienie Katechizmu biblioteki i jego autora – bibliotekarza i organizatora bibliotek publicznych, nauczyciela bibliotekarzy w jednej osobie, orędownika biblioteki publicznej jako instytucji z nieograniczonym dostępem dla społeczeństwa.

Ogólnopolska konferencja naukowa „Biblioteka [w] transformacji”

<https://biblioteka.uwb.edu.pl/aktualnosci/ogolnopolska-konferencja-naukowa-biblioteka-w-transformacji--rola-oprogramowania-w-transformacji-bibliotek--archiwow-i-muzeow-34.html>

W dniach 14–15 września 2023 r. odbyła się w Białymstoku konferencja naukowa zorganizowana przez Bibliotekę Uniwersytecką im. Jerzego Giedroycia. Konferencja miała na celu „wspólne poszukiwania odpowiedzi na pytania, czy biblioteki rzeczywiście podlegają stałej transformacji oraz czy mogą ją inicjować i realizować w praktyce, stając się nie tylko przedmiotem transformacji, ale przede wszystkim jej podmiotem”. Podczas konferencji zaprezentowano referaty dotyczące transformacji bibliotek w różnych kontekstach – roli bibliotek, zawodu bibliotekarza, POSużytkowników, innowacyjności, otwartości oraz cyfryzacji. Pierwszego dnia przedstawiciele PCG Academia opowiedzieli o wdrożeniu najnowszej wersji repozytorium naukowego DSpace 7, realizowanego przez PCG dla dwóch największych ośrodków akademickich w Polsce, czyli dla Uniwersytetu Jagiellońskiego i Uniwersytetu Warszawskiego.

3. Forum Dobrych Praktyk „Przyszłość bibliotek w UE – szanse i wyzwania, polityka otwartości”

<https://forumdobrychpraktyk.wordpress.com>

25 września 2023 r. we Wrocławiu odbyła się trzecia edycja Forum Dobrych Praktyk, której organizatorem był Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Podczas obrad zaprezentowano szereg referatów omawiających m.in. problemy edukacji cyfrowej, dotacje z funduszy europejskich, politykę otwartości bibliotek i inne zagadnienia z obszaru organizacji tych instytucji.

Konferencja naukowa „Cywilizacja wiedzy – wyzwanie dla bibliotek”

<https://bg.wat.edu.pl/konferencje/>

19 października 2023 r. Biblioteka Główna Wojskowej Akademii Technicznej im. Jarosława Dąbrowskiego w Warszawie zorganizowała konferencję naukową pt.: „Cywilizacja wiedzy – wyzwanie dla bibliotek”, której celem była wymiana doświadczeń w zakresie rozwiązań wzmacniających rolę biblioteki i bibliotekarzy we współczesnej cywilizacji wiedzy. Na spotkaniu podjęto próbę omówienia strategii wspomagającej kształtowanie działań edukacyjnych i e-kompetencji z punktu widzenia bibliotekarza-praktyka.

Konferencje zagraniczne

opracowanie Jolanta Laskowska

2023 PAARL National Summer Conference: Building the future: key strategies and opportunities for libraries in the postpandemic era

<https://paarl.org.ph/?p=771>

W dniach 26–28 kwietnia 2023 r. w Aklan na Filipinach odbyła się kolejna konferencja poświęcona strategiom i możliwościom rozwoju bibliotek. Filipińskie Stowarzyszenie Bibliotekarzy Akademickich i Naukowych udostępniło na stronie wybrane prezentacje i nagrania wideo. Konferencja miała na celu zgromadzenie bibliotekarzy, praktyków i innych zainteresowanych uczestników, aby omówić nowe strategie dla bibliotek dotyczące innowacji, z którymi biblioteki akademickie eksperymentowały od czasu pandemii, współpracować z profesjonalistami i praktykami oraz dzielić się wiedzą na temat nowych pojawiających się usług, zasobów, form współpracy i powiązań, w tym zdolności adaptacyjnych bibliotekarzy akademickich, aby pomóc swoim bibliotekom w przejściu z podejścia „fizycznego” na hybrydowe w obszarze zarządzania instytucją.

2023 Annual Conference and Exhibition ALA

<https://2023.alaannual.org>

W dniach 22–27 czerwca 2023 r. Amerykańskie Stowarzyszenie Bibliotek ALA zorganizowało w Chicago doroczną pięciodniową konferencję i wystawę. Konferencja zgromadziła tysiące bibliotekarzy i pracowników bibliotek, edukatorów, autorów, wydawców, przyjaciół bibliotek, gości specjalnych i wystawców. ALA Annual oferowała program edukacyjny oraz dyskusje, prelekcje i różnego rodzaju odczyty. W ich trakcie omawiano m.in. rolę bibliotek publicznych, ich ciągłą transformację oraz trendy i wyzwania technologiczne. Wśród prelegentów konferencji znaleźli się nie tylko badacze, naukowcy i bibliotekarze, ale też np. aktorzy, artyści, dziennikarze i wspomniani już autorzy książek.

LIBER Annual Conference

<https://libereurope.eu/event/liber-2023-annual-conference/>

W dniach 5–7 lipca 2023 r. Stowarzyszenie Europejskich Bibliotek Badawczych LIBER wraz z Centrum Biblioteki i Informacji Węgierskiej Akademii Nauk zorganizowało w Budapeszcie coroczną konferencję naukową dla bibliotekarzy. Konferencja organizowana jest w celu stworzenia pracownikom bibliotek możliwości spotkania się i uczenia od

siebie nawzajem. Członkami stowarzyszenia LIBER jest ponad 400 bibliotek krajowych, uniwersyteckich i innych, z prawie 40 krajów. Stawia sobie ono za cel reprezentowanie interesów europejskich bibliotek badawczych, lobbowanie wśród decydentów w kwestiach takich, jak prawa autorskie i otwarty dostęp oraz współpracę z bibliotekami członkowskimi przy projektach finansowanych ze środków europejskich.

88th IFLA General Conference and Assembly „Let’s work together, let’s library”

<https://2023.ifla.org>

W dniach 21–25 sierpnia 2023 w Rotterdamie odbyła się 88. konferencja dla bibliotekarzy organizowana przez IFLA. Konferencja cieszyła się lokalnym i krajowym wsparciem, zaangażowaniem bibliotekarzy ze wszystkich sektorów, a także dużym entuzjazmem ze strony uczestników z całej Holandii oraz innych krajów. Wydarzenie pozwoliło na wymianę doświadczeń i najlepszych praktyk między lokalnymi, regionalnymi i narodowymi bibliotekami, zapewniając w ten sposób przydatne spostrzeżenia i globalne porównania w celu promowania innowacji bibliotecznych. Celem konferencji było badanie, w jaki sposób biblioteki mogą przyczynić się do stworzenia społeczeństwa inkluzywnego, w którym każdy ma szansę uczestniczyć. Kluczowe tematy obejmowały rozwój osobisty, stymulację czytelnictwa, rozwój umiejętności językowych i cyfrowych, swobodny dostęp do kultury, wiedzy cyfrowej i innowacji.

14th International Conference „Education, research and development”

<https://www.sciencebg.net/en/conferences/education-research-and-development/?ref=conf.alerts>

W dniach 23–26 sierpnia 2023 r. w Burgas w Bułgarii odbywała się 14. konferencja poświęcona edukacji, badaniom i rozwojowi. Wystąpienia prelegentów skupione były wokół kilku głównych zagadnień, takich jak: wiedza i innowacje jako czynnik wzrostu gospodarczego i produktywności, e-learning i innowacje wirtualne, wirtualne uniwersytety i biblioteki, czasopisma i książki elektroniczne, szkolnictwo wyższe w dobie globalizacji i internacjonalizacji, doświadczenia i dobre praktyki akademickie, ośrodki naukowo-badawcze i ich osiągnięcia, współpraca międzynarodowa, socjalizacja młodzieży we współczesnym społeczeństwie, edukacja i systemy wartości w dialogu kultur.

Redakcja zaprasza wszystkich Autorów do współpracy.
Zapraszamy na stronę czasopisma na portalu Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich
oraz na <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/ZB>.
Materiały do kolejnego numeru można nadsyłać na adres:
maja.wojciechowska@gmail.com

„Zarządzanie Biblioteką” znajduje się na liście czasopism
punktowanych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.
Wersją referencyjną czasopisma jest jego wersja drukowana.