

AZ EGYHÁZI KÖNYVTÁRAK EGYESÜLÉSÉNEK SZAKMAI KONFERENCIÁJA VESZPRÉMBEN

Vidra Szabó Ferenc szociológus-könyvtáros a könyvtárak és a társadalom viszonyát tárgyaló előadásában szociológus szempontból vázolta a könyvtárügy utóbbi ötvenhatvan évét, az ötvenes éveknek a kor politikáját hűen tükröző könyvtárügyétől a könyvtárügy szempontjából is enyhülést hozó hatvanas évekig át az újabb elképzelésekig. A könyvtárak szerepváltozásainak bemutatása után, előadása további részében a könyvtáraknak a társadalomban betöltött szerepét járta körül. Felhívta a hallgatóság figyelmét a könyvtár előnyös helyzetére más intézményekkel szemben. Miben különbözik a könyvtár a szoros értelemben vett szociális intézményektől? Elsősorban természetesebb közeg. Ennélfogva úgy képes magába fogadni a perifériára kerülteket, hogy számukra nem a kirekesztettség, hanem a kulturális közösségbe tartozás élményét nyújtja. Míg azonban a könyvtár segíteni szeretné a szociálisan rászorulókat, sajnos maga a könyvtár is hátrányos helyzetben van. Előadása utolsó részében felhívta a figyelmet arra: nem mindegy, hogy a könyvtár a változások elősegítője vagy elszenvedője lesz. Számos infrastrukturális kérdésen túl a könyvtár kulcsfigurája mégis maga a könyvtáros. A könyvtáros, akinek jól képzettsége, korszerű szemlélete, tenni akarása jó érdekérvényesítő képességgel párosul, jól menedzseli a könyvtárat, en-



nek érdekében jól kommunikál a környezetével. Az olvasók felé segítőkész, empatikus, szociális érzékenységgel is bír. A változó világban az sem elhanyagolható, hogy mindig képes legyen megújulni.

Keszi Erika Zsuzsanna *Könyvtárak a médiában* című előadásának első felében a PR céljait, illetve a médiakommunikáció mibenlétét ismertette saját tapasztalataival alátámasztva, kiegészítve. A PR főbb céljai az ismertség elérése, növelése, az érdeklődés fenntartása, pozitív imázs kialakítása és erősítése a nyomtatott és elektronikus sajtó tájékoztatásán keresztül, valamint szakmailag megalapozott válaszadás a sajtó megkereséseire. A PR-tevékenység eszközei sokszínűek és sokfélék: sajtókapcsolatok, rendezvények, nyomtatványok, road show-k, TV- rádió-produkciók, informatikai eszközök, csatornák használata, PR filmek forgalombabocsátása. Rendkívül rendszerezett és informatív előadásában felsorolt a sajtókapcsolatokkal összefüggő irányelveket, a kapcsolatok személyi, tárgyi feltételeit, a sajtókapcsolatok formáit, a sajtótájékoztató szervezésének, lebonyolításának részleteit, a sajtótájékoztató technikai „forgatókönyvét”. Az ezektől elválaszthatatlan sajtódokumentáció, sajtó-monitoring, sajtóértékelés fontosságára is felhívta a figyelmet, konkrét tanácsokkal segítséget nyújtva a hallgatóságnak.



Kiállítás-szervezés, marketing - közművelődési környezetben címmel tartott előadást **Boka László**, az Országos Széchényi Könyvtár munkatársa. Gazdag kiállítás-szervezői tapasztalatait osztotta meg a hallgatósággal, külön hangsúlyt helyezve a kiállításokhoz kapcsolódó katalógusokra és egyéb nyomtatott anyagokra, valamint PR- és marketing eszközökre. A kiállítások lebonyolításának technikai részleteivel is megismerkedhettünk. Említésre méltó, hogy az OSZK számos olyan kiállításnak is otthont adott, amelyben egyházi gyűjteményekkel vagy valamelyik felekezettel működött együtt a nemzeti könyvtár. A közelmúlt legemlékezetesebb példája erre a Biblia Évéhez kapcsolódó Biblia Sacra Hungarica kiállítás. Fontos eleme volt az előadásnak, hogy a kiállítások céljának és a kiállítás lezárta utáni várható hozadékának kérdését, illetve ezek előzetes megfogalmazásának fontosságát is felvetette az előadó.



Emmer Gáborné, a veszprémi Iskolakönyvtáros folyóirat főszerkesztője *Modern iskolai könyvtár a gyakorlatban* címmel tartott előadást. Az alapelveket szabályozó jogi háttér és stratégiai célok bemutatása után az iskolai könyvtárak „hivatásáról” szólt, aminek elsősorban a könyvtárhasználatra nevelés a kulcsfogalma. Az iskolai könyvtárak működésének, működtetésének részleteit itt is személyes tapasztalatokkal kiegészítve hallhattuk egy érdekes és tanulságos előadás keretében. A kapcsolatok,



marketing, PR területe talán nem tűnik különösebben az iskolai könyvtárak életében kiemelten fontosnak, azonban az iskolavezetéssel, diákönkormányzattal, a szakmai munkaközösségekkel, az informatikai és oktatástechnikai egységekkel meglévő szoros együttműködés és rendszeres szakmai kommunikációban mégis fontos szerepe van mindennek. A könyvtár „külső kapcsolatait”, tehát más iskolai könyvtárakkal, területi munkaközösségekkel, pedagógiai intézettel, szaktanácsadóval, szakmai egyesületekkel is ápolni kell, ennek fontosságát mindannyian tapasztaljuk munkánk során. Végül előadónk bemutatta az Iskolakönyvtáros folyóiratot, melyet dr. Tölgyesi József alapított 1993-ban. Ezzel a megszűnt Könyv és Nevelés után ismét önálló lapja lett az iskolai könyvtárosoknak. A folyóiratnak eddigi 47 száma jelent meg 681 írással, közel 400 szerzőtől az ország különböző vidékeiről.

dr. Ficzkó Zsuzsanna

nemzetközi marketing szakközgazdász *Szolgáltatásmenedzsment a könyvtárban* címmel tartott előadást. Rendkívül sok praktikus kérdést érintő, a marketing fogalmát és céljait precízen és világosan megfogalmazó előadást hallhattunk. A marketing, mint „a józan ész tudománya” leginkább a célok és lehetőségek helyes felismerésével kezdődik. Számos jó példára hívta fel figyelmünket, miként tudjuk könyvtáraink arcu-
latát és nem utolsósorban internetes megjelenését szebbé, jobbá, hatásosabbá tenni. Számos egyházi gyűjtemény honlapjával illusztrálta a felkínálkozó lehetősége-



ket a közösségi oldalaktól a videomegosztókig.

Mender Tiborné a 2010-ben Év Könyvtára díjat nyert Országos Idegennyelvű Könyvtár (OIK) főigazgatója *Intézményi arculat kialakítása és megjelenítése, marketing - a könyvtárvezető szemszögéből* című előadásában elsősorban saját tapasztalatait, megvalósult és jövőbeni elképzeléseit ismertette a kollégákkal. A könyvtár stratégiáját érintő elhatározások és tervek megfogalmazása során érdemes tisztáznunk könyvtárunk arculati elemeit, amelyek a helyi adottságokhoz, könyvtárunk funkciójához kell hogy igazodjanak. Az arculatváltás lépésről lépésre kell, hogy történjen, a fontossági sorrend felállítása a könyvtárvezető feladata. Feltétlenül jó azonban, ha csapatmunka eredménye mindez. A főigazgató asszony természetesen elsősorban az OIK esetében kialakított gyakorlatot ismertette. Elmondta, döntően fontosnak tartja az in-



formációs csatornák számbavételét és jó használatát, a kapcsolattartás tudatos gyakorlatát, rendezvények szervezését és azok megfelelő hírverését. Jó marketingelem különféle akciók, pl. időszakos beiratkozási kedvezmények meghirdetése, országos és helyi rendezvényekhez való csatlakozás. Itt említette például a Múzeumok Éjszakáját. Ezeken túl, illetve mindezzel párhuzamosan nagyon fontos a sajtó, média felé való nyitottság és kezdeményezőkézség, a sajtókapcsolatok ápolása. A legfontosabb „arculati elemként” azonban ő is magát az olvasóval kapcsolatot tartó és az őt segítő könyvtárost emelte ki, akinek szakmai tudással párosuló kulturáltsága, kommunikáció-készsége, gyorsasága kell legyen az alapja mindenféle marketingtevékenységnek.

*Flier Gergely
Sapientia Szerzetesi Hittudományi
Főiskola Könyvtára*



A Nemzeti Kulturális Alap és a könyvtári terület pályázatai

Az NKA Közgyűjteményi Kollégium tájékoztatója az EKE szakmai napján

■ Az elmúlt egy év a kulturális intézmények életében nagyon sok változást hozott. A változások nem kerültek el a szakma legjelentősebb ha-

zai pályázató szervezetét, a Nemzeti Kulturális Alapot sem. Az NKA 2011-ben új elnököt kapott L. Simon László szemé-



lyében, az NKA struktúrája pedig nagy mértékben átalakult. A szervezeti változások a pályázattási rendszert is erősen átalakították, amellyel az egyházi könyv-

tárak első találkozása nagyon kedvezőtlen volt. Az NKA 2012. I. félévi pályázataiból az egyházi könyvtárak szinte teljesen