



*Mgr Katarzyna Dorocińska
Mgr inż. Anna Grygorowicz
Mgr Elżbieta Kraszewska
Gdańsk - GUMed*

O CHWALEBNYM ZACHWALANIU I ODKRYWANIU ODKRYTEGO CZYLI O DZIAŁANIACH PROMOCYJNYCH BIBLIOTEKI GŁÓWNEJ GDAŃSKIEGO UNIWERSYTETU MEDYCZNEGO

Abstrakt

Promocja jest ważnym i nieodzownym elementem działalności każdej współczesnej instytucji, w tym także biblioteki. Biblioteka Główna Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego od dawna podejmuje szereg działań w tym zakresie, mających na celu docieranie do swoich obecnych i potencjalnych użytkowników z informacją o Bibliotece, jej zbiorach, usługach i pozostałej aktywności. W referacie omówiono sposoby i narzędzia komunikacji pomiędzy Biblioteką a środowiskiem oraz najważniejsze przedsięwzięcia promocyjne BG GUMed. Przedstawiono także rolę bibliotekarzy w kreowaniu wizerunku

Biblioteki, jako instytucji nowoczesnej, przyjaznej, wrażliwej na potrzeby użytkowników i umiejącej je odpowiednio zaspokoić.

Do użytkowników BG GUMed:
*Cudze chwalicie, swego nie znacie,
Sami nie wiecie co posiadacie!*
Stanisław Jachowicz

Wstęp

Współczesne biblioteki, szczególnie te o charakterze naukowym, to instytucje na wskroś nowoczesne, awangardowe na polu nauki i kultury, podejmujące na co dzień szereg inicjatyw w trosce o lepsze zaspokojenie stale zmieniających się potrzeb swoich czytelników – ludzi XXI wieku. Wytyczają nowe sposoby działania i nowe trendy w instytucjach, w ramach których funkcjonują. W codziennej pracy wykorzystują osiągnięcia nauki i najnowsze rozwiązania w dziedzinie IT. Swoje funkcjonowanie opierają na obowiązujących standardach zarówno w dziedzinie organizacji i zarządzania instytucjami, jak i zasobami ludzkimi. Kładą jednocześnie nacisk na podnoszenie jakości świadczonych usług. Takie działanie bibliotek nie byłoby możliwe bez profesjonalnych bibliotekarzy, systematycznie podnoszących swoje kwalifikacje i umiejętności, oddanych użytkownikom i swojej pasji zawodowej.

Niestety, funkcjonujący ciągle jeszcze w umysłach wielu ludzi stereotyp biblioteki, jako miejsca gdzie każdy czytelnik jest zagrożeniem, personel jest nieżyciwy, a katalogi nieprecyzyjne, jak pisze Umberto Eco w niewielkiej książeczce *O bibliotece*¹, bardzo trudno jest zmienić.

Jedną z form batalii o nowy wizerunek biblioteki, w tym biblioteki uczelni wyższej, oraz o wykreowanie obrazu nowoczesnego bibliotekarza, muszą być szeroko zakrojone działania promocyjne prowadzone przez nas samych, bowiem nikt inny za nas tego nie uczyni.

Żeby nie utonąć

Obecnie nie wystarcza już sam fakt, że Biblioteka istnieje² (naukowa też!). Minęły czasy, kiedy czytelnik odwiedzał ją tylko po to, żeby się uczyć, przeczytać książkę czy czasopismo. Dziś każda biblioteka rozszerza zakres swych usług i staje się miejscem publicznym oraz otwartym, gdzie czytelnik chce: uzyskać rzetelną informację, skorzystać z Internetu, obejrzeć wystawę, spotkać się z innymi, czy też po prostu wypić kawę w inspirującym i ciekawym otoczeniu, w naukowej i intelektualnej atmosferze.

O tym jak ważne jest tworzenie pozytywnego wizerunku biblioteki, pisze Barbara Lison: *Nikt nie inwestuje chętnie czasu, posiadanych zasobów czy choćby tylko*

¹ Umberto Eco : *O bibliotece*. Warszawa 2007

² por. Marek Tarka: „Książka do poduszki” czyli marketing w pracy biblioteki akademickiej. *Bibliotekarz Zachodniopomorski* 2007 nr 1 s. 30-41

wsparcia ideowego na rzecz tonącego statku, czy instytucji, którą otacza negatywna aura, o której mówi się źle³. Instytucje mało atrakcyjne i nie inwestujące w swój rozwój skazane są na wegetację, a nierzadko nawet na zamknięcie. Działają tu nieubłagane prawa gospodarki rynkowej i rosnąca konkurencja. Choć biblioteka nie jest instytucją nastawioną na przynoszenie zysku, nie znaczy to, że nie musi się promować - podejmowanie takiej działalności staje się także dla niej koniecznością.

Czym zatem jest promocja i jakie cele dzięki niej może osiągnąć biblioteka?

*Promocja to sposób komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem, który ma się przyczynić do zwiększenia popytu na wyroby przedsiębiorstwa [...]. Jest marketingowym przedsięwzięciem obejmującym szereg działań mających na celu wpływanie na klientów i potencjalnych nabywców polegającym na dostarczeniu informacji, argumentacji, obietnic oraz zachęty, skłaniających do kupowania oferowanych produktów, jak również wytwarzających przychylną opinię o przedsiębiorstwach [...]*⁴.

Odnosząc powyższe do bibliotek, powinny one promować swoją działalność, zarówno wśród wiernych, jak i potencjalnych użytkowników, aby osiągnąć poniższe cele:

- wytworzenie pozytywnego wizerunku biblioteki,
- pozyskanie rzeszy użytkowników chętnych do korzystania z zasobów i usług oraz regularnie odwiedzających bibliotekę - w dzisiejszej dobie często w sposób wirtualny,
- nawiązanie więzi z czytelnikami.

Do ich realizacji potrzebne są przede wszystkim:

- skuteczna informacja,
- efektywne działania,
- potencjał intelektualny bibliotekarzy.

Dodatkowo, zadowolony użytkownik – a on jest najważniejszym celem wszelkich działań biblioteki – jak każdy zadowolony klient, sam będzie najlepszym naszym propagatorem, promując w swoich kręgach biblioteczne zbiory i usługi oraz zachęcając innych do korzystania z nich.

Biblioteka ramię w ramię z uczelnią

Wizerunek biblioteki akademickiej bez wątpienia kształtuje obraz uczelni, bowiem im jest on lepszy, tym lepiej postrzegana jest szkoła wyższa. W dobie powstawania wielu różnego typu i różnej jakości takich szkół ma to niebagatelne znaczenie. Badania

³ Barbara L i s o n : Lobbing na rzecz bibliotek, czyli jak zareklamować własną bibliotekę? *Bibliotekarz* 2008 nr 6 s. 8

⁴ Encyklopedia Zarządzania [online]. [dostęp: 29 sierpnia 2009]. Dostępny w World Wide Web: <<http://http://mfiles.pl/pl/index.php/Promocja>>

dowodzą, że *...biblioteka jest znaczącym elementem budującym zadowolenie studentów z jakości usług dydaktycznych uczelni*.⁵

Skoro biblioteki powinny się promować, tym bardziej takie działania powinna podejmować biblioteka akademicka. Wynika to z jej roli, naukowego charakteru, obszaru działania, innowacyjności, gamy świadczonych usług ułatwiających realizację przez uczelnię jej zadań statutowych, a także znacznych kwot wydatkowanych na tworzenie warsztatu naukowo-dydaktycznego dla nowoczesnego naukowca, nauczyciela akademickiego i studenta.

Nie wystarczy bowiem mieć bogate zbiory tradycyjne i elektroniczne oraz udostępniać je w dogodny dla użytkownika sposób, oferować szeroki wachlarz usług, posiadać wykształconą i w pełni profesjonalną kadrę, dysponować nowoczesną i świetnie wyposażoną bazą lokalową. Trzeba jeszcze skutecznie dotrzeć z tą informacją do wiernych i potencjalnych użytkowników! Często mamy dowody zaskakującego braku wiedzy o działalności naszej Biblioteki...

Dodatkowo, informacja promocyjna powinna wyróżniać się na tle innych, podobnych informacji, by została zauważona – jak pisze Barbara Lison, ważne jest *by poprzez niezwykłość wzbudzać pozytywne zainteresowanie*.⁶

Co? gdzie? kiedy? w Bibliotece Głównej Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego

Biblioteka Główna Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, chcąc dotrzeć do różnych grup swoich użytkowników z informacją o zbiorach, zasobach, usługach i wszelkich organizowanych dla środowiska przedsięwzięciach, podejmuje od szeregu lat wiele różnorodnych działań promocyjnych. W niniejszym referacie pragniemy omówić aktywność Biblioteki na tym polu, zarówno jako instytucji naukowej, jak również wspomnieć o wielu projektach, które wykraczają poza te ramy.

Będąc świadomym roli, jaką odgrywa skuteczna informacja w zwiększaniu wiedzy użytkowników na temat oferowanych przez Bibliotekę zasobów i usług, staramy się wykorzystywać do tego celu wszelkie dostępne narzędzia, w tym te najnowocześniejsze. Informacje przekazujemy i kontaktujemy się z czytelnikami przede wszystkim za pośrednictwem:

- witryny internetowej Biblioteki,
- kanału RSS (do subskrypcji ogłoszeń ze strony WWW Biblioteki),
- poczty elektronicznej, komunikatora Gadu-Gadu, telefonu,
- wewnątrzuczelnianego systemu mailingowego,

⁵ Karol K a r a s i e w i c z , Andrzej P i o t r o w s k i : Public Relations biblioteki akademickiej. Funkcje biblioteki w kształtowaniu wizerunku wyższej uczelni. W: Marketing biblioteczny : rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s. 75-98

⁶ Barbara L i s o n , dz. cyt., s. 8

- elektronicznego *Biuletynu Informacyjnego GUMed* i witryny internetowej Uczelni,
- *Gazety AMG - miesięcznika Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego*,
- prezerterów plakatowych w oknach budynku Biblioteki,
- drukowanych informatorów i ulotek,
- wystaw nowości i ekspozycji tematycznych.

W czasach dominacji Internetu oczywistym jest, że głównym narzędziem i areną działań informacyjnych i promocyjnych Biblioteki jest jej strona internetowa. Powinna ona przede wszystkim oferować łatwy i szybki dostęp do katalogu bibliotecznego, umożliwiać online zamawianie książek do wypożyczenia oraz pozwalać na korzystanie z subskrybowanych przez Bibliotekę elektronicznych źródeł informacji naukowej, zarówno w sieci uczelnianej, jak i spoza niej. Zdając sobie sprawę z roli serwisu w procesie szybkiego i skutecznego informowania, pierwszą profesjonalną witrynę Biblioteki uruchomioną przez nas w 2004 roku na bieżąco aktualizowaliśmy i stale rozwijaliśmy. Była ona dobrze odbierana w środowisku. Co dla nas ważne, zaledwie po kilku miesiącach działania zdobyła II nagrodę w konkursie *Najlepsze witryny internetowe bibliotek polskich* organizowanym przez Komisję Wydawnictw Elektronicznych i Komisję Automatyzacji przy ZG Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich w kategorii biblioteki szkół wyższych, instytutów naukowych oraz instytucji centralnych. Służyła nam i naszym użytkownikom blisko 5 lat, ale – ze względu na swoje ograniczenia techniczne – musiała zostać zastąpiona nową, o większej funkcjonalności i szerszych możliwościach rozbudowy.

Nowa witryna Biblioteki Głównej GUMed, udostępniona w maju br., skonstruowana została z jednej strony zgodnie z obszarami działania Biblioteki (zakładki: *Znajdź, Usługi, Pomoc, O nas*), z drugiej zaś – z myślą o różnych grupach użytkowników i ich zróżnicowanych potrzebach (zakładki: *Studenci, Doktoranci, Naukowcy, Inni*).

Aby ułatwić użytkownikom szybkie dotarcie do potrzebnych im informacji, na stronie głównej serwisu, jako nowość w stosunku do poprzedniego, zamieszczono:

- wyszukiwarkę pozwalającą na przeprowadzanie bezpośrednich przeszukiwań katalogu online, serwisu *AtoZ* (czasopisma online) oraz słownika *MeSH.pl*, bez potrzeby opuszczania strony głównej portalu,
- zakładkę *Biblioteka online* prezentującą wszystko to, co użytkownik może zrobić pozostając z Biblioteką w kontakcie online, czyli m.in.:
 - zapisać się do Biblioteki,
 - zamówić książkę do wypożyczenia,
 - skorzystać z e-zasobów Biblioteki i uzyskać do nich zdalny dostęp,
 - zapoznać się z tutorialami i przewodnikami po bazach danych,
 - złożyć zamówienie na kwerendę tematyczną,
 - zamówić usługę międzybiblioteczną,
 - odbyć obowiązkowe zajęcia dydaktyczne online,

- pobrać obowiązujące w Bibliotece druki,
- opcję *Szybkie linki*, dającą możliwość bezpośredniego przejścia do najczęściej odwiedzanych baz danych lub podstron serwisu,

a także:

- udoskonalono wyszukiwarkę serwisu,
- zamieszczono odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ),
- umieszczono *Wirtualny Przewodnik po Bibliotece Głównej* wraz z jej planem,
- udostępniono materiały do samodoskonalenia umiejętności z zakresu naukowej informacji medycznej.

W nowym serwisie w sposób szczególnie staranny zostały przedstawione informacje dotyczące e-zasobów, zarówno tych subskrybowanych przez Bibliotekę, jak i ogólnodostępnych. Serwis oferuje użytkownikowi różne drogi dotarcia do poszukiwanej bazy, informację o niej oraz samouczek, o ile taki jest dostępny. Wydaje się nam, że tak skonstruowany portal, który oczywiście będzie jeszcze udoskonalany, dobrze wpisuje się w działania promocyjne naszej Biblioteki, a użytkownicy docenią jego walory i odnajdą w nim swoje informacyjne ścieżki.

Wszystkim, którzy chcą być na bieżąco z działalnością Biblioteki, umożliwiamy – za pomocą kanału RSS – subskrypcję naszych ogłoszeń zamieszczanych w serwisie internetowym. Te ogłoszenia oraz inne krótkie komunikaty publikujemy także w cotygodniowym *Biuletynie Informacyjnym GUMed*, rozsyłanym na konta mailowe wszystkich pracowników i studentów Uczelni. Do przekazywania informacji jedynie wybranej grupie użytkowników, np. słuchaczom Dziennych Studiów Doktoranckich, wykorzystujemy system mailingowy serwisu ektranetowego naszego Uniwersytetu.

O nowych i istotnych przedsięwzięciach Biblioteki środowisko akademickie informowane jest przez nas również za pośrednictwem *Gazety AMG – miesięcznika Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego*, gdzie mamy stały kącik zatytułowany *Biblioteka Główna GUMed informuje*. Redakcja miesięcznika chętnie zamieszcza przygotowane przez nas materiały. Systematycznie publikowane na łamach tego czasopisma artykuły (od 2003 roku zamieściliśmy ich 38, czyli średnio w co drugim numerze) przedstawiają biblioteczne nowości i wprowadzone zmiany, relacjonują organizowane przez nas wydarzenia, podejmują też zagadnienia merytoryczne związane np. z bibliografią i bibliometrią. Bywa też, że nasze kolorowe plakaty zdobią czwartą stronę okładki *Gazety...*, stanowiąc doskonałą promocję Biblioteki.

Biblioteka Główna GUMed nie lekceważy również tradycyjnych form informacji i promocji, takich jak drukowane foldery i ulotki informacyjne czy też plakaty, które w różnej formie umieszczamy w holu Biblioteki oraz w prezenterach eksponowanych w oknach naszej siedziby, a także w innych budynkach na terenie Uczelni i szpitala klinicznego.

Indywidualne potrzeby informacyjne użytkowników są zaspokajane dzięki kontaktom z dyżurującym bibliotekarzem, który odpowiada na pytania i wątpliwości czytelników, udzielając informacji osobiście, telefonicznie, mailowo, a także poprzez Gadu-Gadu.

Natomiast do uzyskiwania informacji od czytelników służą nam dostępne na stronie internetowej Biblioteki formularze: *Oceń stronę* oraz *Zgłoś do zakupu*, które dają czytelnikom szansę wpływania na kształt serwisu internetowego Biblioteki i uzupełnienie naszych zbiorów o poszukiwane książki i czasopisma.

Próbą interaktywnej komunikacji z naszymi użytkownikami i skłonienia ich do swobodnego formułowania wszelkich opinii i uwag związanych z różnymi obszarami działania Biblioteki, było uruchomienie w marcu ubiegłego roku forum BG GUMed. Niestety, nie spełniło ono pokładanych w nim nadziei, gdyż było miejscem bardzo rzadko odwiedzanym - trudno nam jednoznacznie wskazać dlaczego tak się działo. Po roku istnienia podjęliśmy decyzję o zawieszeniu forum, w nadziei na jego reaktywację w bardziej sprzyjających okolicznościach.

Kolejnym realizowanym przedsięwzięciem, które jest promocją zarówno Biblioteki, jak i Uczelni, jest tworzenie przez nas poniższych baz:

- *Bibliografia Publikacji Pracowników GUMed* (bibliograficzno-abstraktowa),
- *Baza prac magisterskich i licencjackich GUMed* (bibliograficzno-pełnotekstowa),
- *Baza prac habilitacyjnych i doktorskich pracowników GUMed* (bibliograficzno-pełnotekstowa).

Posiadane statystyki pokazują, że użytkownicy uznają te źródła za użyteczne i doceniają ich dostępność online.

Biblioteka promuje także swoje najnowsze zbiory drukowane. W tym celu tworzony jest, w formie bazy danych dostępnej przez Internet, *Wykaz nowych nabytków zagranicznych*. Zawiera on, oprócz danych bibliograficznych, haseł przedmiotowych MeSH i sygnatur, także skany okładek zakupionych książek. Od lat w gablotach wystawowych znajdujących się w holu Biblioteki prezentowane są natomiast, w cyklach najczęściej dwutygodniowych, wybrane najważniejsze polskie i obcojęzyczne nowości z naszych zbiorów. Ekspozycje te cieszą się dużym zainteresowaniem. Zwyczajem jest, że z wystawianymi pozycjami czytelnicy mogą się bliżej zaznajomić, biorąc je do ręki i przeglądając je zaniem - po zakończeniu wystawy - trafią na półkę w magazynie. Ponadto co roku, najczęściej w przededniu Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie, przedstawiamy czytelnikom nową ofertę wydawnictw zagranicznych, dostępną w Polsce dzięki firmom dostarczającym literaturę medyczną.

Reklamie bogatych zbiorów Biblioteki, nie tylko tych najnowszych, służą przygotowywane przez bibliotekarzy wystawy tematyczne. Obok funkcji edukacyjnej, spełniają one również rolę informacyjną. Do wielu bowiem pozycji, szczególnie

starszych, czytelnik być może nie dotarłby, gdyby nie zachęciła go do tego wystawa. Wielu, gdyby nie wystawy, nie wiedziałoby, że ich Biblioteka ma w swoich zbiorach tak dużo interesujących książek, w tym starodruki czy rękopisy. Biblioteczne wystawy tematyczne, organizowane średnio 3 razy w roku, cieszą się dużym zainteresowaniem odwiedzających Bibliotekę. Czasem pomagają wyjść z cienia zapomnianym już niekiedy ludziom medycyny (*Medycynierki czyli pierwsze damy polskiej medycyny*), innym razem prezentują dawne spojrzenie na zdrowie człowieka i niegdysiejsze praktyki terapeutyczne (*Mens sana in corpore sano. Spojrzenie na zdrowie kobiety w okresie międzywojennym*), albo próbują zainteresować literaturą pamiętnikarską, jaka wyszła spod piór lekarzy (*Jak wielkim szczęściem jest mieć co wspominać...*), czy też zwracają uwagę na urodę książek (*Jestem piękna. Anatomia książki*), ...można by jeszcze długo wymieniać.

Poszerzaniu wiedzy o zbiorach i usługach Biblioteki oraz ich promocji, a także podnoszeniu efektywności wykorzystania posiadanych zasobów służą szkolenia. Biblioteka prowadzi je dla wszystkich chętnych w ramach stałej oferty szkoleń oraz na tzw. życzenie, np. bezpośrednio w klinikach i zakładach, dla kół naukowych, itp. – reagujemy na wszystkie potrzeby. Nie wkraczając na pole dydaktyki, warto wspomnieć, że prowadzimy metodą e-learningu zajęcia obowiązkowe i fakultatywne, dla studentów i doktorantów, w ramach przysposobienia bibliotecznego lub zajęć z naukowej informacji medycznej. Z perspektywy lat możemy śmiało przyznać, że zastosowanie tej nowoczesnej metody nauczania przez Internet wypromowało naszą książnicę zarówno w środowisku polskich bibliotek, jak i w macierzystej uczelni, gdzie jesteśmy jedyną do chwili obecnej jednostką prowadzącą dydaktykę w formie online. Dodatkowo, *Szkolenie biblioteczne online* posłużyło nam do opracowania *Wirtualnego Przewodnika po Bibliotece Głównej GUMed*.

Kolejną formą promocji Biblioteki jest tworzenie systemu jednolitej identyfikacji wizualnej, bowiem, jak twierdzi M. Jurowski, *Każda nowoczesna organizacja – bez względu na profil działalności – a zatem, również Biblioteka, powinna mieć precyzyjnie określony system identyfikacji wizualnej. [...] Obecnie pojęcie identyfikacji [...] nabiera nowego wymiaru. Staje się narzędziem promocyjnym w zmaganiu o klienta poprzez tworzenie pożądanej wartości marki.*⁷ Mając tego świadomość staramy się ujednolicić szatę graficzną i kolorystykę:

- strony internetowej,
- listowników,
- identyfikatorów noszonych przez bibliotekarzy,
- dyplomów i zaświadczeń,
- ulotek i informatorów,
- wydawnictw Biblioteki,

⁷ Marcin Jurowski : System jednolitej identyfikacji wizualnej. W: Marketing biblioteczny. s.43-50

- multimedialnych prezentacji,
- materiałów reklamowych (drukowane zakładki i kalendarzyki).

W identyfikację wizualną Biblioteki wpisuje się także nasz ekslibris, którym sygnowane są wydawnictwa uczelniane włączane do zbiorów oraz publikacje pracowników Uczelni. Ekslibris, w odpowiedniej oprawie, wykorzystujemy także jako okolicznościowy upominek. Zdajemy sobie sprawę, że wiele jeszcze mamy do zrobienia na polu identyfikacji wizualnej, przede wszystkim ciągle jeszcze brakuje nam logo Biblioteki.

Z potrzeby serca

Pragnąc pokazać inne oblicze biblioteki akademickiej, kreatywność pracujących w niej bibliotekarzy, przełamać stereotypy i promować Bibliotekę jako otwarte miejsce spotkań z ludźmi, z kulturą i sztuką, miejsce, gdzie można miło i pożytecznie spędzić wolny czas, niekoniecznie nad podręcznikiem z anatomii czy artykułem naukowym, przygotowujemy różne wydarzenia, które z pewnością mogą zaintrygować i zaskoczyć naszych czytelników.

Znakomitą ku temu okazją jest ogólnopolski Tydzień Bibliotek. Nasza Biblioteka włącza się w jego obchody od samego początku, tj. od roku 2004. Rokrocznie staramy się przygotować nowe, ciekawe propozycje i z upływem lat otwieramy się coraz szerzej na środowisko skupione wokół Uczelni oraz na trójmiejskich bibliotekarzy.

Udział Biblioteki w obchodach Tygodnia Bibliotek to przede wszystkim coroczne okolicznościowe wystawy związane z hasłem Tygodnia. Do tej pory ciepło wspomniana jest przez czytelników ekspozycja *Bibliotekarze z drugiej strony katalogu* (2004 r.), w ramach której prezentowaliśmy pasje i zainteresowania bibliotekarzy z Biblioteki Głównej GUMed, odkrywając jednocześnie bogactwo ich osobowości.

Ciekawym przedsięwzięciem, zorganizowanym przez nas w 2005 r. – roku jubileuszu 60-lecia, wtedy jeszcze, Akademii Medycznej w Gdańsku i jej Biblioteki Głównej – był konkurs na ekslibris Biblioteki. Zaskoczyła nas skala zainteresowania konkursem – łącznie napłynęło 190 prac od 85 uczestników, wiele z nich prezentowało wysoki poziom artystyczny, a komisja konkursowa nie miała łatwego zadania przy wyłanianiu zwycięzcy.

W następnym roku nasi bibliotekarze mieli możliwość szlachetnej rywalizacji pomiędzy oddziałami Biblioteki w drużynowym quizie pod hasłem *Wiemy wszystko*, zorganizowanym dla nich przez kierownictwo Biblioteki. Było wiele zabawy, śmiechu i emocji, a słodką nagrodę zdobył Oddział Czasopism.

Rok później (2007 r.) zaproponowaliśmy środowisku naszej Uczelni konkurs na hasło promujące Bibliotekę. W odpowiedzi wpłynęło 59 sloganów, w tym 24 propozycje zgłoszone przez studentów. W anonimowym głosowaniu bibliotekarze wybrali następujące slogany:

- Zostań lekarzem z bibliotekarzem!
- Zaloguj się do wiedzy. Hasło: Biblioteka AMG

- Morze informacji? Może biblioteka?
- Eee..., biblioteka? E-biblioteka!
- Po co szukać - to się wie! Biblioteka AMG

Hasła te staramy się wykorzystywać do promocji Biblioteki, umieszczając je m.in. na materiałach reklamowych czy też na stronie internetowej BG.

Podczas Tygodnia Bibliotek 2008, obchodzonego pod hasłem *Biblioteka miejscem spotkań*, zaproszono czytelników do obejrzenia wystawy *Co się buduje, czyli najnowsza architektura bibliotek*. Ekspozycja przygotowana była także z myślą o lobbowaniu na rzecz rozbudowy i modernizacji budynku Biblioteki Głównej. Dodatkowo opracowaliśmy i wydaliśmy drukiem pierwszy numer okolicznościowego biuletynu *Librorum Amator*, w którym tematy ważkie sąsiadowały z bibliotekarską twórczością spod znaku lżejszej muzy. Nasz periodyk stanowił także dodatek do majowej *Gazety AMG*, zbierając pozytywne recenzje. Atrakcją ubiegłorocznego święta bibliotek był niewątpliwie występ zespołu *Glass Duo*, wykonującego klasyczne kompozycje na szklanej harfie. Koncertu z zapartym tchem wysłuchały władze Uczelni, zaproszeni goście oraz emerytowani i obecni pracownicy Biblioteki Głównej.

Tegoroczny Tydzień Bibliotek, zwracający uwagę na korzyści, jakie czerpać można z istnienia bibliotek, zainspirował nas do zorganizowania *Wieczoru w Bibliotece*. Rozpoczął go energetyczny koncert Chóru Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego. Następnie licznie przybyli goście mogli zwiedzić wystawę zatytułowaną *Homo legens* prezentującą, jak mistrzowie pędzla przedstawiali na swoich obrazach człowieka czytającego. Wycieczka po Bibliotece była okazją do poznania tajemniczych bibliotecznych zakamarków, a hitem okazała się wizyta w Pracowni Intrologatorskiej! Duże zainteresowanie przybyłych wzbudziły prezentowane starodruki ze zbiorów Biblioteki. Nasi goście wysłuchali również recitalu poezji Grażyny Orlińskiej, wyśpiewanego przy wtórze gitary przez Grzegorza Marchowskiego. Na koniec, tuż przed północą, w unoszących się w ogrodzie Biblioteki oparach mgły, można było wysłuchać plenerowego wykładu *O ważkach, diablach i innych postaciach z tryptyku Hansa Memlinga „Sąd ostateczny”*, czyli *wszystko, czego nie dowiesz się na wykładach z anatomii*, poprowadzonego ze swadą przez dr. Jerzego Jankau, jednego z pracowników naszej Uczelni. Dodatkową atrakcją był towarzyszący wykładowi pokaz slajdów prezentowany na ścianie budynku Biblioteki.

Wieczór w Bibliotece odegrał z pewnością swoją rolę promocyjną. Stał się niewątpliwie znaczącym wydarzeniem i odbił się szerokim echem w środowisku. Udział w *Wieczorze* wzięły władze Uczelni (przybyły prawie w komplecie), studenci, bibliotekarze z Trójmiasta, przyjaciele i sympatycy Biblioteki z rodzinami. Zebraliśmy liczne pozytywne komentarze, a wielu pyta czym Biblioteka zaskoczy za rok...

Ponieważ zadbaliśmy o przekazanie informacji i zaproszeń na *Wieczór w Bibliotece* lokalnym mediom elektronicznym, zamieścili one relacje z tego spotkania. Co ważne,

uczyniła tak też redakcja serwisu internetowego naszego Uniwersytetu – informacja wraz ze zdjęciami trafiła na pierwszą stronę serwisu.

W ramach działań promocyjnych Biblioteka Główna współdziała z Uczelnią w podejmowanych przez nią inicjatywach na rzecz społeczności lokalnej. Dobrym tego przykładem jest nasze, już dwukrotne, uczestnictwo w organizowanym od 2006 roku *Pikniku na zdrowie*. Jest to przedsięwzięcie skierowane do gdańszczan, promujące Uczelnię i jej osiągnięcia, ma ono jednocześnie charakter edukacyjny i propaguje profilaktykę zdrowotną i zdrowy styl życia. W czasie pikniku, na swoim stanowisku, Biblioteka rozdaje pozyskane z darów książki medyczne o charakterze poradnikowym oraz dublety polskich czasopism medycznych. Chętni mogą otrzymać powielone, pochodzące z czasopism, informacje dla pacjentów oraz wykazy dedykowanych im portali internetowych. Odwiedzającym nasze stoisko pomagamy, w razie potrzeby, dotrzeć do pomocnej literatury, prezentujemy naszą stronę WWW, a także wręczamy przygotowane materiały promocyjne - *Librorum Amator*, kalendarzyki, zakładki do książek, zapraszając jednocześnie do osobistych wizyt w Bibliotece. Dodatkowo prowadzimy również akcję bookcrossingu oraz sprzedaż wydawnictw uczelnianych.

Bibliotekarze nade wszystko

Podejmowane przez Bibliotekę Główną GUMed działania promocyjne mają niebagatelny wpływ na kształtowanie jej wizerunku. Jednak, nie byłoby czego promować i jak promować, gdyby nie bibliotekarze! To przede wszystkim my, ludzie książki, dzięki wiedzy, posiadanym umiejętnościom, profesjonalizmowi w codziennym działaniu, naszym kompetencjom oraz otwartości na zmiany i chęci ich wprowadzania, czy tego chcemy czy nie - promujemy nasze biblioteki. Bo liczy się nie tylko działanie. Równie ważne są cechy osobowościowe bibliotekarzy, takie jak spokój, opanowanie, przyjazność, życzliwość, otwartość, wysoka kultura osobista, chęć niesienia pomocy, empatia. Brak takich cech w zespole sprawia, że biblioteka nie może dobrze funkcjonować, a jej wizerunek jest narażony na szwank. Wzmiankowane wyżej przymioty bibliotekarzy kształtują bezpośrednio z jednej strony relacje w zespole i rzutują na naszą codzienną pracę, z drugiej zaś tworzą doskonale wyczuwalną pozytywną atmosferę, zachęcającą do odwiedzin Biblioteki. *To pracownicy są najlepszą wizytówką biblioteki, reprezentując ją na zewnątrz – przed użytkownikami*⁸, im lepszy więc zespół, tym Biblioteka postrzegana lepiej.

Dobry wizerunek naszej Biblioteki w środowisku Uczelni i to, że jest widoczna, bez wątpienia jest zasługą pracujących w niej bibliotekarzy. Na obraz naszej książnicy w Trójmieście i w kraju składa się również działalność bibliotekarzy na polu zawodowym i społecznym. Ich liczny i aktywny udział w szeregu konferencji

⁸ Grażyna Wojsznis: Wizerunek biblioteki a wykształcenie kadry bibliotecznej. *Bibliotekarz* 2008 nr 6 s. 18

i szkoleń, przygotowywane i wygłaszane referaty, działalność w Okręgu Pomorskim Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich i Duszpasterstwie Bibliotekarzy Archidiecezji Gdańskiej - to też sposoby kreowania pozytywnego wizerunku naszej Biblioteki.

W dwóch zdaniach...

Jak wskazuje nasze doświadczenie, warto podejmować różnego typu akcje promocyjne, pomimo tego, iż wymagają one kreatywności w poszukiwaniu różnorodnych, coraz nowszych form i środków reklamy, często pieniędzy, dużych nakładów pracy i zawsze angażują cały zespół. Pamiętać jednak trzeba, że można bibliotekę promować bez nakładów finansowych, nieustannie, mimochodem, codziennie, w każdym kontakcie z użytkownikiem i bibliotekarze powinni mieć tego świadomość.

Biblioteka-supermarket czy biblioteka-wszechświat

Biblioteki, dbając o promocję i walcząc z nakreśloną przez Umberto Eco wizją biblioteki-twierdzy, starają się stworzyć miejsce chętnie odwiedzane przez czytelników. Wolny dostęp do półek, przyjazny personel, kawiarnia – to minimum, mające sprawić, by czytelnik czuł się w bibliotece dobrze. *Czy tylko tyle?* – pyta Jan Tomkowski – *Ależ nie, konieczne są jeszcze kanapy, na których poflirtować mogłyby studenckie pary, restauracja serwująca obiady złożone z co najmniej dwóch dań, ewentualnie kino, może parę sklepów? Fryzjer? Salon kosmetyczny? Kantor wymiany walut? (...) Taka biblioteka przypomina największe osiągnięcie postmodernistycznej kultury i postindustrialnej gospodarki – supermarket.*⁹ Tymczasem biblioteka to, jak chce Jorge Luis Borges w opowiadaniu *Biblioteka Babel*, cały Wszechświat, nieograniczony ciasnymi murami, który zachwyca, olśniewa, po którym każdy z gości poruszać się musi samodzielnie. Ufamy, że biblioteki dbając o frekwencję i statystykę, zabiegając o szybkość i prostotę, pozwolą czasami czytelnikom na samodzielne poznawanie owego Wszechświata.

Bibliografia

A n d r e j ó w - K u b ó w A.nna, P o d g ó r s k a Małgorzata: Próba stworzenia wizerunku Biblioteki Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji Towarzystwa Wiedzy Powszechnej we Wrocławiu w kontekście strategii promocyjnej uczelni. W: Marketing biblioteczny : rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s. 165-183

Eco Umberto: O bibliotece. Warszawa 2007

E n c y k l o p e d i a Zarządzania [online]. [dostęp: 29 sierpnia 2009]. Dostępny w World Wide Web: <<http://http://mfiles.pl/pl/index.php/Promocja>>.

G a r b a r s k i Lechosław, R u t k o w s k i Ireneusz, W r z o s e k Wojciech: Marketing : punkt zwrotny nowoczesnej firmy. Warszawa 2001

J u r g o w s k i Marcin: System jednolitej identyfikacji wizualnej. W: Marketing biblioteczny: rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s. 43-50

⁹ Jan T o m k o w s k i : Zamieszkać w bibliotece, Ossa 2008 s. 203

K a c z m a r e k Emilia, K a r w a s i ń s k i Piotr: Biblioteka jutra – już dziś: o jej promocji słowem, obrazem i dźwiękiem. W: Marketing biblioteczny: rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s.123-136

K a m i ń s k a Joanna: Zastosowanie marketingu w bibliotekach jako niedochodowych organizacjach usługowych. W: Marketing biblioteczny: rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s. 7-23

K a r a s i e w i c z Karol, P i o t r o w s k i Andrzej: Public Relations biblioteki akademickiej. Funkcje biblioteki w kształtowaniu wizerunku wyższej uczelni. W: Marketing biblioteczny : rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s. 75-98

L i s o n Barbara: Lobbing na rzecz bibliotek, czyli jak zareklamować własną bibliotekę? *Bibliotekarz* 2008 nr 6 s. 5-9

N o s e k Anna: Formy promocji biblioteki i czytelnictwa w Powiatowej Bibliotece Publicznej im. Adama Mickiewicza w Wilnie. *Bibliotekarz* 2008 nr 11 s. 21-25

P i g l a Marlena (red.): Zarządzanie marketingowe biblioteką, Poznań 2008

R o g o w s k a Anna: Biblioteka wielogłosowa. *Bibliotekarz Zachodniopomorski* 2007 nr 2 s. 33-37

T a r k a Marek: „Książka do poduszki” czyli marketing w pracy biblioteki akademickiej. *Bibliotekarz Zachodniopomorski* 2007 nr 1 s. 30-41

T o m k o w s k i Jan: Zamieszkać w bibliotece. Ossa 2008

T o n a k i e w i c z Anna: Metody i formy promocji w kreowaniu wizerunku nowoczesnej biblioteki akademickiej : z doświadczeń Biblioteki Głównej Politechniki Warszawskiej. W: Marketing biblioteczny: rozważania, dyskusje, konteksty, red. M. Wojciechowska, Gdańsk 2007 s.147-155

W o j c i e c h o w s k a Maja: Ocena skuteczności działalności bibliotek. *Przegląd Biblioteczny* 2006 z. 3 s. 319-335

W o j s z n i s Grażyna: Wizerunek biblioteki a wykształcenie kadry bibliotecznej. *Bibliotekarz* 2008 nr 6 s. 17-21



Czym jest promocja?

Promocja to sposób komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem, który ma się przyczynić do zwiększenia popytu na wyroby przedsiębiorstwa [...].

Jest marketingowym przedsięwzięciem obejmującym szereg działań mających na celu wpływanie na klientów i potencjalnych nabywców, polegającym na dostarczeniu informacji, argumentacji, obietnic oraz zachęty, skłaniających do kupowania oferowanych produktów, jak również wytwarzających przychylną opinię o przedsiębiorstwach [...]

Encyklopedia Zarządzania [online]. [dostęp: 29 sierpnia 2009].
Dostępny w World Wide Web: <<http://http://mfiles.pl/pl/index.php/Promocja>>.

2

XXVII Konferencja Problemy nauki Bibliotek i Medycznych 14-15 września 2008 r. Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Żeby nie utonąć [1]

biblioteka
twierdzą awangardy!



promocja narzędziem batalii
o nowy wizerunek biblioteki
i bibliotekarza

3

XXVII Konferencja Problemy nauki Bibliotek i Medycznych 14-15 września 2008 r. Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Żeby nie utonąć [2]

Cele działań promocyjnych biblioteki:

- wytworzenie pozytywnego wizerunku
- pozyskanie rzeszy użytkowników chętnych do korzystania z zasobów i usług oraz regularnie odwiedzających bibliotekę – obecnie często w sposób wirtualny
- nawiązanie więzi z czytelnikami

Do ich realizacji potrzebne:

- skuteczna informacja
- efektywne działania
- potencjał intelektualny bibliotekarzy

Zadowolony użytkownik najlepszą reklamą i propagatorem Biblioteki!

4

XXVI Konferencja Problematyka Bibliotek Medycznych 14-15 września 2008 r. Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Ramię w ramię z uczelnią

Dobry wizerunek biblioteki akademickiej to lepiej postrzegana uczelnia, bowiem

...biblioteka jest znaczącym elementem budującym zadowolenie studentów z jakości usług dydaktycznych uczelni.

K. Karasiewicz, A. Piotrowski

Obecnie:

- bogate zbiory
- szeroki wachlarz usług
- wykształcona i profesjonalna kadra
- często nowoczesna i dobrze wyposażona baza lokalowa

...to za mało!

Trzeba jeszcze o tym skutecznie poinformować!!!

5

XXVI Konferencja Problematyka Bibliotek Medycznych 14-15 września 2008 r. Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Tak się komunikujemy...

- witryna internetowa Biblioteki
- kanał RSS do subskrypcji ogłoszeń Biblioteki
- poczta elektroniczna, Gadu-Gadu, telefon
- wewnątrz uczelniany system mailingowy,
- elektroniczny *Biuletyn Informacyjny GUMed*
- witryny internetowej GUMed
- *Gazeta AMG - miesięcznik Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego*
- prezenty plakatu w oknach budynku Biblioteki
- drukowane informatory i ulotki
- wystawy nowości i ekspozycje tematyczne



6

XXVI Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych 14-15 września 2009 r. Uniwersytet Medyczny w Gdańsku

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [1]

serwisy WWW Biblioteki

nowy – maj 2009 r.

poprzedni



7

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [4]

drukowane foldery, ulotki, plakaty

Reading Room
Main Reading Room provides you with free access to books, journals, newspapers, reference materials, etc. All the services in the library.

The Main Library
at Gdynia 8
80-712 Gdynia
ul. Armii 181 81-40
Tel. 44 78 141 11 42
e-mail: biblioteka@poczta.gda.pl
(http://biblioteka.gda.pl)

Opening hours
The Main Library at the Medical University of Gdańsk at Gdynia 8, 71-711 Gdynia.

Service Unit	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
Main Library	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00
Reference Room	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00
Journal Room	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00
Periodicals	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00
Library	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00

Medical University of Gdańsk
Gdynia 8, 71-711 Gdynia

CZY WIESZ, ZE TWOJA BIBLIOTEKA...

Twoja Biblioteka to nie tylko miejsce, gdzie można znaleźć książki, ale także miejsce, gdzie można znaleźć informacje o najnowszych publikacjach, o wydarzeniach kulturalnych, o usługach bibliotecznych. Biblioteka to także miejsce, gdzie można znaleźć informacje o usługach bibliotecznych, o wydarzeniach kulturalnych, o usługach bibliotecznych.

JEST NOWOCZESNA, GŁĘBOKA

Biblioteka to także miejsce, gdzie można znaleźć informacje o usługach bibliotecznych, o wydarzeniach kulturalnych, o usługach bibliotecznych.

10

XXXVI Konferencja Prekierunek Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Gdańsku

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [5]

formularze online

Wyraż swoją opinię o witrynie internetowej Biblioteki. Weźmiemy ją pod uwagę rozwijając nasz serwis.

Wyraż swoją opinię o witrynie internetowej Biblioteki. Weźmiemy ją pod uwagę rozwijając nasz serwis.

ZŁOŻ DO ZAKUPU
celem uzupełnienia zbiorów Biblioteki Głównej GUMed

☐ Zakup ☐ Wypożyczenie

Tytuł książki

Autor

Wydawnictwo

Rok wydania

ISBN

Koszt

Opis

Dotyczy osoby zgłaszającej

☐ Imię

☐ Nazwisko

☐ Miejsce pracy

☐ E-mail

☐ Telefon

UWAGA! Aby uzyskać formularz należy podać dokładne informacje o adresie programistycznym: ul. Armii 181, 81-40 Gdynia, tel. 44 78 141 11 42, e-mail: biblioteka@poczta.gda.pl

11

XXXVI Konferencja Prekierunek Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Gdańsku

12

13

Forum Bibl. Med. 2010 R. 3 nr 1 (5)

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [8]

nowe nabytki Biblioteki



14

XIV Międzynarodowa Konferencja Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [9]

wystawy



15

XIV Międzynarodowa Konferencja Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [10]

wystawy



16

XCVI Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 16-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [11]

wystawy



17

XCVI Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 16-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [12]

wystawy



18

XXXVI Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [13]

identyfikacja wizualna

mgr Katarzyna Dorocińska
młodszy bibliotekarz



19

XXXVI Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [14]

identyfikacja wizualna

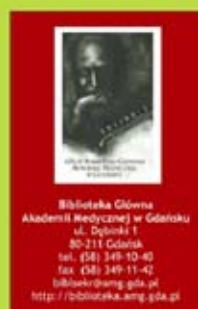
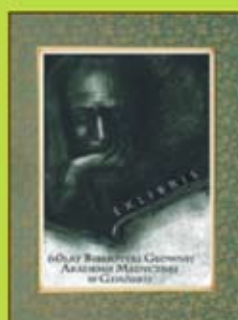


20

2007/1 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Gdańsku

Co? gdzie? kiedy? w BG GUMed [15]

identyfikacja wizualna



21

2007/1 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Gdańsku

Z potrzeby serca [1]

Tydzień Bibliotek 2004 – wystawa
Bibliotekarze z drugiej strony katalogu



22

2009 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [2]

Tydzień Bibliotek 2005 - wystawa prac nadesłanych na
konkurs na ekslibris Biblioteki



23

2009 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [3]

Tydzień Bibliotek 2007 konkurs na hasło promujące Bibliotekę

Wpłynęło 59 sloganów, w tym 24 propozycje zgłosili studenci. Bibliotekarze wybrali:

- ***Zostań lekarzem z bibliotekarzem!***
- ***Zaloguj się do wiedzy.
Hasło: Biblioteka AMG***
- ***Morze informacji? Może biblioteka?***
- ***Eee..., biblioteka? E-biblioteka!***
- ***Po co szukać - to się wie!
Biblioteka AMG!***



24

2007 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [4]

Tydzień Bibliotek 2008



25

2007 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [5]

Tydzień Bibliotek 2008

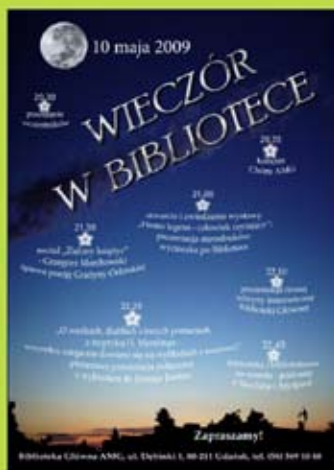


26

2009 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [6]

Tydzień Bibliotek 2009



27

2009 Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi



28

XXXVI Konferencja Problemów Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi



29

XXXVI Konferencja Problemów Bibliotek Medycznych • 14-15 września 2008 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [9]

Tydzień Bibliotek 2009 Wieczór w Bibliotece

O wązkach, diablach i innych postaciach z tryptyku Hansa Memlinga „Sąd ostateczny”, czyli wszystko, czego nie dowiesz się na wykładach z anatomii
wykład dr. Jerzego Jankau



30

30091 Konferencja Prekierunek Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Z potrzeby serca [10]

Piknik dla Zdrowia 2009
Biblioteka Główna GUMed
dla gdańszczan



31

30091 Konferencja Prekierunek Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Bibliotekarze nade wszystko

To my promujemy nasze biblioteki!
Tym, co umiemy, co robimy i jacy jesteśmy!



32

XXVII Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

W dwóch zdaniach

Warto podejmować akcje promocyjne,

pomimo że wymagają:

- kreatywności w poszukiwaniu środków reklamy
- często pieniędzy
- dużych nakładów pracy

i zawsze angażują cały zespół!

Jednak można bibliotekę promować bez nakładów finansowych,
nieustannie, mimochodem, codziennie,
w każdym kontakcie z użytkownikiem
i powinniśmy mieć tego świadomość!

33

XXVII Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych • 14-17 września 2009 r. • Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Biblioteka – supermarket?

Czego jeszcze brakuje naszym bibliotekom?

*...konieczne są jeszcze kanapy,
na których poflirtować mogłyby
studenckie pary, restauracja
serwująca obiady złożone z co
najmniej dwóch dań, ewentualnie
kino, może parę sklepów?
Fryzjer? Salon kosmetyczny?
Kantor wymiany walut? (...)
Taka biblioteka przypomina
największe osiągnięcie
postmodernistycznej
kultury i postindustrialnej
gospodarki – **supermarket**.*



J. Tomkowski *Zamieszkać w bibliotece*

34

XXVII Konferencja Problematyki Bibliotek Medycznych 14-15 września 2008 r. Uniwersytet Medyczny w Lubli

Biblioteka – wszechświat!

*Biblioteka to cały Wszechświat,
nieograniczony ciasnymi murami,
który zachwyca, ośniewa,
po którym każdy z gości
poruszać się musi samodzielnie.*

J. L. Borges *Biblioteka Babel*

Oby biblioteki dbając o frekwencję i statystykę,
zabiegając o szybkość i prostotę, pozwalały
czytelnikom na samodzielne poznawanie owego
wyjątkowego Wszechświata.

35