

Małgorzata Kuziela
malgorzata.kuziela@pwr.wroc.pl
Biblioteka Główna i OINT
Politechnika Wrocławska

Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy jako przykład komunikacji zewnętrznej

Streszczenie: *W artykule podjęto próbę zilustrowania modelu komunikacji zewnętrznej na przykładzie konferencji Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy. Konstrukcja artykułu powiela model komunikacji, dzieląc tekst na elementy charakterystyczne dla schematu: nadawca, komunikat, kanał komunikacji, odbiorca, efekt i sprzężenie zwrotne. Każdy z wymienionych składników jest wypełniony treścią dotyczącą przygotowania i realizacji konferencji.*

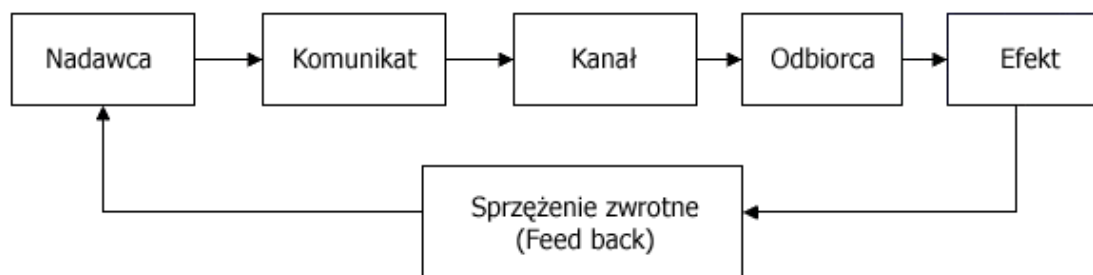
Słowa kluczowe: *komunikacja zewnętrzna, model komunikacji, kanały komunikacji, media społecznościowe, konferencje, Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy (WSB)*

Porozumiewanie się to naturalna konieczność i potrzeba człowieka. Trudno funkcjonować w jakiegokolwiek społeczności, nie znając środków przekazu, którym dane środowisko się posługuje. Wciąż szukamy sposobów przekazywania informacji i doskonalimy narzędzia służące komunikacji. Od prostych znaków, dźwięków, obrazów aż po złożone audiowizualne przekazy, za pomocą których staramy się porozumieć. Chcemy znaleźć wspólny język z najbliższym otoczeniem i rozszyfrować kod dostępu do środowiska, w którym funkcjonujemy. Fachowo możemy określić te dwa rodzaje komunikacji jako wewnętrzną i zewnętrzną. Komunikacja wewnętrzna to *komunikacja wewnątrz firmy, między różnymi szczeblami pracowników, a także między zarządem, kierownictwem a pracownikami*, natomiast komunikacja zewnętrzna to *komunikacja między firmą a jej otoczeniem zewnętrznym, czyli klientami, konkurencją, społecznością oraz władzami, za pośrednictwem reklamy, prasy, wydawnictw firmowych, konferencji, sponsoringu, wydarzeń, szkoleń, spotkań oraz innych bardziej lub mniej bezpośrednich metod komunikowania*¹.

W artykule spróbuję posłużyć się przykładem jednej z metod komunikacji zewnętrznej, jaką jest konferencja, by porównać i zweryfikować doświadczenia wyniesione z organizowanej już po raz czwarty konferencji „Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy” (WSB) z powszechnie przyjętym modelem komunikacji.

Model komunikacji jest prosty. Powinien w nim znaleźć się nadawca, komunikat, kanał przekazu, odbiorca i bardzo ważny dla nadawcy – *feed back*.

¹ Public relations. W: *Ekonomicznie.pl* [on-line]. [Dostęp 10.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/hQIRFy>.



Rys. 1. Model komunikacji.

Źródło: JASIUKIEWICZ, M. Niektóre problemy z komunikacją. W: WIEDZAinfo.pl — Otwarty Uniwersytet Ekonomiczny [on-line]. [Dostęp 10.08.2012].
Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/h40o1Y>.

Nadawca

Biblioteka Główna i OINT Politechniki Wrocławskiej w 2007 r. po raz pierwszy zorganizowała Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy Polonijnych. Pomysł spotkań pojawił się w trakcie wieloletniej współpracy z kontrahentami zagranicznymi w ramach wymiany wydawnictw naukowych. Liczna korespondencja, kontakt telefoniczny i mailowy prowadzony w atmosferze otwartości i sympatii sprawił, że bibliotekarze pochodzenia polskiego, pracujący w bibliotekach zagranicznych chętnie przyjęli zaproszenie i licznie stawili się na spotkaniu, którego celem była wymiana doświadczeń bibliotekarzy polskich i zagranicznych, promocja uczelni i Wrocławia. Sukces pierwszej konferencji zachęcił organizatorów do organizacji kolejnych spotkań. W efekcie Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy stały się międzynarodową platformą wymiany doświadczeń zawodowych.

Komunikat

Niejednokrotnie spotkaliśmy się z określeniem, że jesteśmy społeczeństwem informacyjnym, co według definicji oznacza, że jesteśmy społeczeństwem, *w którym towarem staje się informacja traktowana jako szczególne dobro niematerialne, równoważne lub cenniejsze nawet od dóbr materialnych*². Organizatorzy Wrocławskich Spotkań Bibliotekarzy Polonijnych od pierwszej koncepcji do realizacji spotkań mieli i mają świadomość, że istotą każdej konferencji jest jej program, a dokładnie treść, którą jest wypełniony. Prace nad przygotowaniem wartościowego programu wymagają dużego zaangażowania, konsekwencji i wiedzy. Określenie tematu konferencji i profilu odbiorców jest podstawą. Kolejnym krokiem jest ustalenie tematów i zaproszenie osób referujących. To najdłuższy etap budowania programu. Redakcja i recenzja, nierzadko krytyczna, nadsyłanych prac wymusza dużą dyscyplinę i konsekwencję. Ważne jest, aby między tematem konferencji, oczekiwaniem odbiorców i programem istniała spójność.

Dwie pierwsze edycje WSB, skierowane do bibliotekarzy polonijnych, oscylowały wokół dwóch bloków tematycznych: „Biblioteka akademicka w uczelni i regionie” oraz „Książki elektroniczne w bibliotece i na rynku”. Każdy z bloków zawierał szczegółowe

² Społeczeństwo informacyjne. W: Wikipedia — wolna encyklopedia [on-line]. [Dostęp 10.08.2012].
Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/WqGlqC>.

problemy mieszczące się w temacie nadrzędnym. Autorzy referatów w pierwszych dwóch edycjach, głównie bibliotekarze polonijni, zaprezentowali słuchaczom doświadczenia z własnych bibliotek. Takie było założenie organizatorów, by skonfrontować biblioteki świata z polską rzeczywistością biblioteczną.

Kolejna, trzecia edycja wrocławskiej konferencji zorganizowana w 2011 r. przyniosła zmianę nazwy. Zabieg skrócenia nazwy na Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy, poszerzył krąg odbiorców, a co za tym idzie — program, chociaż konsekwentnie ujęty w te same bloki tematyczne, co poprzednio. Specjalnie dla grupy PolBiT, zorganizowano warsztaty pod nazwą „Dokumentowanie dorobku naukowego”. Satysfakcjonujący dla organizatorów odzew na tę formę komunikacji sprawił, że w kolejnej, czwartej edycji WSB, w programie zostały uwzględnione dwa warsztaty: kontynuacja tematu dokumentowania dorobku naukowego, czyli „DONA w Alephie. Cz. 2”, a także dotyczący nowego formatu katalogowania „Warsztat RDA w Bibliotece Kongresu w Waszyngtonie. Cz. 1”.

Przy planowaniu programu IV konferencji WSB organizatorzy zwrócili uwagę na zagadnienia dotychczas pominięte w tematyce spotkań, ale aktualne i ważne. Zasadnym więc stało się umieszczenie w programie dodatkowej sesji „Biblioteka jako wyzwanie PR-owe”. Sporo miejsca w prezentowanych w tym bloku tematach poświęcono środkom komunikacji.

Kanał komunikacji

Nikogo nie trzeba przekonywać, jak ważny w rozpowszechnianiu informacji jest sposób jej przekazania. Wybranie odpowiedniego narzędzia przekazu do zakodowanej w gesty, słowa i symbole treści zwiększa prawdopodobieństwo zrozumienia i porozumienia z odbiorcą. W komunikacji bezpośredniej, „face to face”, posługujemy się przekazem werbalnym i niewerbalnym. Przy czym *7% treści komunikatu przypada na sygnały werbalne (słowa), 38% to głos (siła, wysokość, rytm), a 55% to ruchy ciała (inaczej „mowa ciała”, głównie mimika twarzy)*³. Do komunikacji zewnętrznej, skierowanej do grupy osób, konieczne jest wykorzystanie zupełnie innych środków przekazu. Komunikacja ze środowiskiem, np. poprzez udział w konferencji, na różnym etapie realizacji posługuje się różnymi metodami komunikacji. Do dyspozycji mamy formy pisemne, ustne, audiowizualne, elektroniczne i niewerbalne. Przy realizacji poszczególnych edycji WSB schemat wykorzystania kanałów komunikacji był podobny. Przekazanie informacji o konferencji i jej realizacja odbywały się poprzez równoległe wykorzystanie mediów, jakie organizatorzy mieli do dyspozycji.

³ BOLEK, J. *Efektywne wykorzystywanie klasycznych i nowoczesnych narzędzi komunikacji wewnętrznej przez przedsiębiorstwo* [on-line]. [Dostęp 10.08.2013]. Warszawa, 2012, s. 149. Dostępny w World Wide Web: http://wsp.pl/file/1057_882983922.pdf.

Narzędzia elektroniczne

Internet

Nie bez powodu wymieniony został na pierwszym miejscu, ponieważ jest najbardziej nośnym i najszybszym środkiem przekazu. Korzystając z bogatej oferty możliwości zaistnienia w cyberprzestrzeni i przesłania informacji, wybrano te, skierowane bezpośrednio do odbiorcy/bibliotekarza:

1. Witryna Biblioteki Głównej Politechniki Wrocławskiej.
Wszystkie dotychczas zorganizowane WSB były z dużym wyprzedzeniem anonsowane na stronie Biblioteki Głównej Politechniki Wrocławskiej (<http://www.bg.pwr.wroc.pl>⁴). Najpierw gościnnie na stronie biblioteki, a od 2009 r. WSB na własnej domenie (<http://www.wsb.pwr.wroc.pl>). Tu zamieszczone są wszelkie archiwalne i bieżące informacje w języku polskim i angielskim.
2. Ogólnopolskie i światowe serwisy konferencyjne.
Serwisy konferencyjne pełnią funkcję tablicy informacyjnej i zwiększają zasięg przekazu informacji.

Do światowych serwisów należą m.in.:

- This Conference: <http://www.thisconference.com>,
- Eventz&Conferences Directory: <http://events.einnews.com>,
- Conference Alerts: <http://www.conferencealerts.com>,

do polskich — takie jak:

- Konferencjewroclaw.com: <http://www.konferencjewroclaw.com>,
- Konferencja-naukowa.pl: <http://konferencja-naukowa.pl>,
- Baza Konferencji: <http://www.bazakonferencji.pl>.

1. Serwisy bibliotekarskie: EBIB, Bibliosfera, Pulowerek, portal SBP.
Zaletą serwisów branżowych jest skierowanie zamieszczanych informacji do wybranej grupy odbiorców. Popularność serwisów wśród internautów-bibliotekarzy i częsta aktualizacja komunikatów gwarantuje sprawny i świadomy przepływ wiadomości od nadawcy do odbiorcy.
2. Portale społecznościowe: Google+, Twitter i Facebook.

Dużym atutem portali społecznościowych jest „żywy charakter” serwisu zakładanego dla wydarzeń takich jak konferencja WSB (<http://goo.gl/5ukmfB>).

Pojawienie się komunikatu na Facebooku daje natychmiastową szansę dialogu osób zainteresowanych wydarzeniem, a przyłączenie się tematycznych grup dyskusyjnych typu BIBLIO, czy serwisu Bibliosfera zwiększa horyzont porozumiewania się uczestników wydarzenia. Szybki, prosty i skuteczny kanał komunikacji ma jeszcze jedną atrakcyjną cechę: zamieszczane memy, opatrzone krótkim hasłem, informacją, wykorzystujące słowo i obraz, skupiają uwagę, czasem bawią, a najważniejsze — zapadają w pamięć.

⁴ Wszystkie odesłania do stron internetowych przedstawiają wersję aktualną w dn. 10.08.2013 r.



Rys. 2. Mem WSB.

Źródło: Memgenerator [on-line].

[Dostęp 10.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/6ffvdg>.

Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy zaistniały na Facebooku w 2007 r. Obserwując dołączające do fanpage'u kolejne osoby, można zauważyć, że zainteresowanie konferencją rośnie. Wskaźnik odwiedzin i komentarzy jest najlepszym tego dowodem.

1. YouTube.

YouTube to platforma udostępniająca materiały audiowizualne w sieci internetowej. Dopiero od ostatnich IV Wrocławskich Spotkań Bibliotekarzy możliwy był zapis wystąpień konferencyjnych na DVD, a następnie po uzyskaniu zgody autorów, umieszczenie wybranych prezentacji na YouTube (<http://goo.gl/OOUARN>).

Udostępnienie zapisu z konferencji na YouTube to nie tylko archiwizacja treści. Ta forma przekazu jest skierowana także do grona osób niebędących na konferencji, a zainteresowanych jej tematyką.

2. Poczta elektroniczna.

Medium, którego zastosowanie jest powszechne i bardzo praktyczne. Podczas organizacji WSB stało się narzędziem komunikacji między organizatorami a odbiorcami. Tą drogą dostarczana jest informacja o zbliżającym się wydarzeniu, rozsyłane są zaproszenia do polskich i zagranicznych bibliotekarzy, ustalenia dotyczące organizacji konferencji, a przede wszystkim prowadzona jest korespondencja dotycząca materiałów, które będą prezentowane na forum konferencji. Poczta elektroniczną przesyłane są wszelkie recenzje i redakcje nadsyłanych tekstów przed umieszczeniem ich w źródłach elektronicznych (EBIB, Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa, strona internetowa) i w materiałach drukowanych wydawanych po konferencji.

Pisemna forma komunikacji

Na etapie przygotowań konferencji, równoległe z korespondencją mailową, prowadzona jest wymiana listów drukowanych. Najczęściej są to oficjalne zaproszenia, informacje dla sponsorów, pisemne ustalenia i potwierdzenia uczestników. Na etapie realizacji konferencji istotne znaczenie mają materiały informacyjne i promocyjne: plansze, plakaty, programy i niezbędne informacje dla uczestników konferencji. Drukowane materiały informacyjne umieszczane są w teczkach konferencyjnych i mają tę przewagę nad informacją elektroniczną, że są dostępne bez dodatkowych urządzeń.

Pomimo niezwykle popularnych przekazów za pośrednictwem urządzeń elektronicznych, ważne dla autorów wystąpień jest przekazanie prezentowanych w czasie konferencji artykułów do publikacji w formie drukowanej. Od pierwszej edycji WSB organizatorzy zapewniają autorom wydanie materiałów pokonferencyjnych w serii *Z problemów bibliotek naukowych Wrocławia*. Dotychczas zostały wydane w tej serii trzy publikacje dotyczące Wrocławskich Spotkań Bibliotekarzy: numery w serii 6, 8 oraz 10.

Ustna i audiowizualna forma komunikacji

Konferencja to forma komunikacji zewnętrznej, której istotą jest bezpośrednie spotkanie i wymiana informacji. Kanałami komunikacji są głównie przekazy ustne i audiowizualne. Treścią konferencji są prezentacje przygotowane przez autorów wystąpień. Z doświadczeń WSB wynika, że bardzo rzadko referujący odczytują swoje teksty bez wsparcia przekazem wizualnym. Społeczeństwo obrazkowe oczekuje przekazu spójnego, treściwego, „kolorowego”, ilustrowanego zdjęciem, wykresem, zabawnym rysunkiem itp. Narzędzia takie jak Power Point, czy Prezi.com dają wiele możliwości, by skupić uwagę widza. Spirala oczekiwań atrakcyjnych wystąpień sprawia, że coraz częściej pojawiają się przekazy multimedialne. Podczas IV WSB można było zaprezentować krótkie spoty reklamowe wydawców, bibliotek lub konferencji (<http://goo.gl/mV4qfU>).

Powyższy spot reklamowy WSB był wizytówką, wprowadzeniem do tematyki konferencji, a także atrakcyjnym przerywnikiem w trakcie obrad — informującym i promującym wydarzenie. Umieszczony na stronie internetowej konferencji na długo je utrwala.

Wykorzystane podczas WSB kanały komunikacji są uniwersalne i wszechstronne. Podczas wszystkich edycji korzystano z powszechnie dostępnych mediów, choć podczas IV WSB dało się zauważyć wykorzystanie wzrost stosowania przez uczestników tabletów do rejestracji wydarzenia i sporą liczbę laptopów z dostępem do Internetu. Nowością był udział członków Bibliosfery, komentujących spotkania na gorąco. Dzięki nim, niemalże równoległe z trwającymi obradami, przekaz, zdjęcia czy opinie pojawiały się w Internecie.

Odbiorca

O ile wskazanie nadawcy w przypadku konferencji jest proste, bo jest nim najczęściej organizator, pomysłodawca czy inicjator, to ustalenie odbiorcy wymaga rzetelnego rozpoznania środowiska i sprawdzenia zapotrzebowania na towar/usługę.

Dwa pierwsze Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy Polonijnych, zorganizowane spontanicznie, już w nazwie wskazywały uczestników i odbiorców.

Przy czym równie chętnie swój akces zgłaszali uczestnicy zagraniczni, chcący dowiedzieć się czegoś o polskich bibliotekach, co i polscy bibliotekarze, zainteresowani z kolei placówkami bibliotecznymi na świecie.

Adresatami byli również przedstawiciele władz uczelni, miasta i regionu. Patronat nad konferencją objął rektor Politechniki Wrocławskiej, minister szkolnictwa wyższego, prezydent miasta i wojewoda dolnośląski. Po dwóch edycjach WSBP, pomimo zadowalającej frekwencji, wiedza i doświadczenie organizatorów podpowiadały, że krąg odbiorców był zbyt ograniczony, by utrzymać zainteresowanie udziałem w kolejnych spotkaniach i unieść nowe tematy niemieszczące się dotychczas w programie. Zaproszenia skierowano do grupy polskich i zagranicznych bibliotekarzy, wydawców, użytkowników i podobnie jak we wcześniejszych edycjach do decydentów.

Trafionym pomysłem było połączenie konferencji ze spotkaniem grupy PolBiT. Przedstawiciele najważniejszych polskich bibliotek naukowych to odbiorcy wymagający i wymuszający wprowadzenie do programu ważnych, aktualnych tematów i problemów.

W IV konferencji WSB uczestniczyli, podobnie jak w poprzednich, bibliotekarze polscy i zagraniczni, przedstawiciele uczelni, wydawcy, agregatorzy, dostawcy zamówień biblioteki a w związku z budową nowego gmachu biblioteki — także architekci, ale szczególne zaproszenie skierowano do użytkowników bibliotek.

Model komunikacji zamieszczony na początku artykułu zawiera jeszcze dwa niezwykle ważne elementy.

Efekt i sprzężenie zwrotne

Komunikacja to dialog, wymiana myśli, informacji, to wysyłanie sygnałów, które powracają w postaci opinii, refleksji, recenzji, czasem działań. Kiedy nadawca wysyła komunikat, to jego intencją jest, by odbiorca otrzymał i zrozumiał przekaz: w obiegu informacji kluczową kwestią jest jej zrozumienie.

Wysyłając komunikat, warto połączyć logicznie trzy elementy: treść, adresata i formę przekazu. Nie gwarantuje nam to zrozumienia, bo nie zawsze nasze komunikaty są odbierane zgodnie z naszymi oczekiwaniami, jak powiedział Allan Grinspaan: *Wiem,*

że jesteś przekonany, że rozumiesz to, co ja powiedziałem, ale ja nie jestem pewien, czy zdajesz sobie sprawę, że to, co usłyszałeś, to nie to, co miałem na myśli⁵.

Pewność poprawności odbioru jest wtedy, kiedy jest sprzężenie zwrotne i możemy weryfikować nasz sposób komunikowania się. Podczas IV WSB *feed back* uczestników był niemalże natychmiastowy. Poza kurtuazyjnymi opiniami uczestników, tuż po zakończeniu spotkania, na Facebooku konferencji (<http://goo.gl/HKi3VV>) i w Bibliosferze (<http://goo.gl/2Rjowr>) można było odnotować wiele opinii i spostrzeżeń dotyczących wydarzenia, a po liczbie odwiedzin na YouTube i Facebooku odmierzyć popularność i przydatność umieszczonych relacji i prezentacji.

Organizując pierwsze Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy Polonijnych, nadaliśmy komunikat, który trafił do wybranego odbiorcy, został przez niego zrozumiany, a do organizatorów dotarł przekaz: „Jesteśmy zadowoleni, zainteresowani, akceptujemy tę formę komunikacji”. Reakcją organizatorów zaś była odpowiedź w postaci kolejnych międzynarodowych Wrocławskich Spotkań Bibliotekarzy.

Bibliografia:

1. BOLEK, J. *Efektywne wykorzystywanie klasycznych i nowoczesnych narzędzi komunikacji wewnętrznej przez przedsiębiorstwo* [on-line]. [Dostęp 10.08.2013]. Warszawa 2012. Dostępny w World Wide Web: http://wsp.pl/file/1057_882983922.pdf.
2. JASIUKIEWICZ, M. Niektóre problemy z komunikacją. W: *WIEDZAinfo.pl — Otwarty Uniwersytet Ekonomiczny* [on-line]. [Dostęp 10.08.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/h40oIY>.
3. *Memgenerator* [on-line]. [Dostęp 10.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/6ffvdg>.
4. Public relations. W: *Ekonomicznie.pl* [on-line]. [Dostęp 10.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/hQIRFy>.
5. Społeczeństwo informacyjne. W: *Wikipedia — wolna encyklopedia* [on-line]. [Dostęp 10.08.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://goo.gl/WqGlqC>.

Kuziela, M. Wrocławskie Spotkania Bibliotekarzy jako przykład komunikacji zewnętrznej. *Biuletyn EBIB* [on-line] 2013, nr 6 (142), *Komunikacja w środowisku* [Dostęp 12.09.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/81>. ISSN 1507-7187.

⁵ BOLEK, J. dz. cyt., s. 135.