

A KÖNYVTÁRI KÖZÖNSÉGGAPCSOLATOK ELSŐ ÉVTIZEDE HAZÁNKBAN

PELEJTEI Tibor

Könyvtárosaink 1968–1970 között hallottak először a közönségkapcsolatokról. LIPÓT József könyve¹ hívta föl figyelmünket a külföldön „public relations” kifejezéssel elterjedt kapcsolatszervezési munkára. Korszerűségét rendkívül széles alkalmazási köre és rugalmassága mellett, rohamos elterjedése és több mint fél évszázados sikeres pályafutása igazolja.

A közönségkapcsolat fogalma

A közönségkapcsolat kifejezés nem fedi sem a tájékoztatás, sem a propaganda, sem pedig a reklám fogalmát. Jelen van mindhárom tevékenységben, de nem azonos velük. Ha a közönségkapcsolat fogalmán azt értjük, amit a szó egyszerű jelentése tartalmaz, akkor a szűkkörű értelmezés hibájába esünk. Ennél sokkal többről van szó, olyan valamiről, ami egyfajta szemléletet tükröz, ugyanakkor körülhatárol egy komplex tevékenység-rendszert. A könyvtári munka szempontjából elegendő, ha a legelső, még a század első negyedében keletkezett BERNAYS-féle tömör meghatározás és a hozzánk is eljutott néhány újabb szakkönyv² alapján tisztázzuk a fogalmat.

A „közönségkapcsolatok” (angolul: public relations, németül: Öffentlichkeitsarbeit) valamely intézmény és a közönség közötti viszonyról foglalkozó elmélet- és tevékenységrendszer. Tervszerűen, tartósan és tudatosan fejleszti a közvetlen társadalmi környezet és az intézmény közötti kapcsolatokat a közönség megértése, bizalmának és támogatásának megnyerése érdekében. Feltételezi a kétoldalú (visszacsatolásos) kapcsolatépítést. Alkalmazkodik a társadalom érdekeihez, formálja – és ha kell, módosítja – az intézmény és dolgozóinak magatartását.

A könyvtári közönségkapcsolatok fontosabb elemei, illetve kulcsszavai: a könyvtári szolgálat tervszerű javítása, a segítőkészség kidomborítása a személyi kapcsolatokban, őszinteség a közönség tájékoztatásában, tervszerű tájékozódás (igény- és véleménykutatás), és a mának szóló feladatként: az igények felkeltése és kielégítése.

A közönségkapcsolattal foglalkozó külföldi művek gazdasági és kereskedelmi (főként értékesítési) szempontból vizsgálják a „public relations” tartalmi kérdéseit. Elsősorban a sajátos amerikai és nyugat-európai életforma gazdaságcentrikus problémáira keresik a megoldást a közönségkapcsolatok segítségével. Csak a legutóbbi években jelent meg néhány olyan angol és német nyelvű könyv, amely a könyvtárosok számára készült.

A különböző könyvtári fórumokon rendezett vitákban kikristályosodott vélemények egyöntetűen magállapították, hogy érdemes behatóan tanulmányozni a „public relations” egész tevékenységrendszerét – különösen az olvasók és a könyvtári környezet érdekeit szolgáló módszereket. Szívesen átvesszük a régi által létrehozott értékeket, ha azok valóban értékek. Átvesszük, de a továbbhaladás, a fejlesztés igényével, a mi értékrendszerünknek és céljainknak megfelelően.

Ki az aki kétségbe vonná például a „public relations” egyik, már régebben megfogalmazott mottóját:

Dolgozz jól, és beszélj róla!

A könyvtárosokkal egyetértésben törekszünk az eddig feltárt ismeretek rendszerezésére – társadalmi érdekeinkkel összhangban –, az alkalmas módszerek gyakorlati adaptálására.

Az első hazai megnyilvánulások

Az Országos Széchényi Könyvtár Könyvtártudományi és Módszertani Központja a 70-es évek kezdetétől nyilvános vitákat, konferenciákat, majd 1976–77-ben tanfolyamot szervezett a közönségkapcsolat elméleti kérdéseiről és alkalmazásának könyvtári gyakorlatáról. A tanfolyam anyaga azóta a könyvtárosok képzésébe és továbbképzésébe beépült.

Az olvasószolgálati munkában tudatosan alkalmazott kapcsolatszervezési programokról a Berzsenyi Dániel Megyei Könyvtár évkönyvében (1969–70) RÓZSA Béla³ számolt be először. Cikkének fejezetcímei – (Intézményes kapcsolataink, Kapcsolatunk a közvéleménnyel, Kapcsolatunk olvasóinkkal) – jelzik, hogy megértették a közönségkapcsolatok elvi jelentőségét.

A Könyvtárosban megjelent írások is sürgették a könyvtár és társadalmi környezetének vizsgálatait, mások kutatták az olvasók és a könyvtárosok közötti személyes kommunikáció módszereit.

Jelentős ZIRCZ Péter két írása⁴, amely már 1971-ben, majd 1973-ban javasolta a tervszerű, központilag irányított és összehangolt, társadalmi méretű kampányok megszervezését a könyvtárak népszerűsítése érdekében. Jó kritikai érzéssel állapította meg, hogy nem élünk azzal a lehetőséggel, amit a közvetlen társadalmi környezet alakítása, céljainknak megfelelő befolyásolása kínál. Különösen veszélyes ez, ha a közvetlen fenntartókkal szemben nem alkalmazzuk a modern közvéleményformáló és kapcsolatszervező módszereket. Erre vezethető vissza, ha a fenntartók – a jobbik esetben – közönyösek a könyvtári munkák iránt. A közönségkapcsolatok egyik alapvető tételének szellemében felhívja figyelmünket a véleménykutatás fontosságára is. Ha az ilyen módon felderített könyvtári képmást (imágót) összevetjük azzal a képpel, amelynek kialakítását kívánatosnak tartanak, nyilvánvalóvá válnak a tennivalók. A „public relations” ezt úgy fogalmazza meg, hogy a vélemények megismerésének következménye az intézmény magatartásának módosítása.

Meg kell jegyeznünk, hogy ezek a cikkek még a kérdésfelvetés és az általánosságok szintjén maradtak. Csak 1975–76-ban kerül sor a közönségkapcsolatok – az előbbieket

során már említett – könyvtári definíciójának megfogalmazására és az eszközök, illetve módszerek mindennapi gyakorlatának tudatos és tervszerű alkalmazására⁵.

A fenti cikkekben exponált kérdésekre érkezett néhány gondolatébresztő válasz. A konzervativizmus, a befelé fordulás és az elszemélytelenedés veszélyei ellen egyöntetűen sürgetik az új stratégia, a hatékonyabb taktika kidolgozásának tervét és mielőbbi alkalmazását. (Az utóbbi megállapítással nem azonos a véleményünk. A közönségkapcsolatokban a marketing taktika helyett elvi stratégiát kell alkalmaznunk.)

VARGA Béla⁶ jogosan kérdezi, hogy hol vannak a tudományosan képzett – s nemcsak ösztönösen ráérző – menedzserek (kapcsolatszervezési szakemberek) Magyarországon? Mely szerv tudja biztosítani, hogy akár csak a nagyobb könyvtárak élére ilyen, a munka alapvető céljait és módszereit jól ismerő és értő, ezen felül kitűnő szervezőképességű emberek kerüljenek, ne pedig olyanok, akik máshonnét már kikoptak, vagy véletlenül, (esetleg kapcsolataik) eredményeként csöppentek közénk? Folyik Magyarországon intézményes keretek között tudományos alapokon nyugvó menedzserképzés? Ha igen, miért nem lehet a nagyobb könyvtárak és dokumentációs intézmények vezetői számára ilyen témájú tanfolyamot, esetleg előadásorozatot szervezni? – Kérdéseire a néhány évvel későbbi előadások és továbbképző tanfolyamok adtak választ.

Hangsúlyozza, hogy a közvélemény formálásában, tisztességes „manipulálásában” az egész könyvtárnak részt kell vennie. Nem hallgatja el, hogy az intézmény vezetőjének meghatározó szerepe van abban, hogy ezt a feladatát az intézmény miként, milyen színvonalon tudja megvalósítani.

Könyvtáraink társadalmi megbecsülése

Szükséges-e a könyvtárak számára, hogy kivívják fenntartóik és a társintézmények, de főként társadalmi környezetük megbecsülését és támogatását?

A nyugati könyvtárak – noha a társadalom elismeri fontosságukat – nem élvezik az állam által nyújtott anyagi biztonságot. A közönségkapcsolatok ápolása náluk létkérdés. Egy angol szakkönyv szellemes szerzője, Betty RICE² szerint:

„A könyvtárak a vitathatatlan fontosságú intézmények közé tartoznak, mint például az iskolák, az egyetemek, a templomok és az alkotmányos kormány. A legutóbbi évek során minden ilyen, korábban már szilárdan megalapozott intézmény sokat szenvedt belső viszályoktól és külső támadásoktól. Kérdéses, hogy a közművelődési könyvtárak, amelyeket a közvagyonból tartanak fenn, és így nyilvánvalóan a pusztta létük függ a közösség jóindulatától, el tudják-e kerülni a komolyabb megrázkódtatásokat?”

S vajon hazánkban mindenki szemében a vitathatatlan fontosságú intézmények közé tartoznak a könyvtárak...?

Az elmúlt 30 esztendőben igen sokat fejlődött a magyar könyvtárügy, többet mint előtte 100 év alatt összesen. Mégis sok minden vár még megvalósulásra!

SALLAI István: Miért kiváló a kaposvári megyei könyvtár⁷ című cikkében a könyvtár társadalmi szerepének és kapcsolatainak eredményeiről ír. Megállapítja – a public relations értelmezésének szellemében, de a kifejezés említése nélkül –, hogy a megyei könyvtár éveken át tartó szívós munkája – s nem csekély mértékben annak imponáló

modern megjelenése – erősen hatott a könyvtárakkal kapcsolatos közgondolkodásra. Mind a tanácsok, mind a pártszervezetek a könyvtárat lényeges, fejlesztendő intézménynek tartják, s a megye társadalmának gondolkodásában a könyvtár már nem mint pusztán könyvkölcsönzőhely jelenik meg, hanem úgy is, mint a tájékoztatás központja. Jól szervezett, nívós rendezvényeivel – a kulturális, társadalmi életben is növelte szerepkörét: otthonná, vitafórummá, előadások színterévé tette a szépen berendezett könyvtári épületet.

A könyvtár társadalmi szerepének növekedése következtében szükségszerűen fejlődtek a társadalmi kapcsolatok is. A korábban esetlegesen végzett tevékenység most már a munka szerves részévé vált. Ma egy modern nyilvános könyvtár feladatrendszerét kétfelé kell osztani:

1. Egyedi szolgáltatások
 - kölcsönzés
 - helybenolvasás
 - tanulás, a kutatás segítése
2. Társadalmi jellegű (tömeges, csoportos) szolgáltatások
 - kluböszejöveletek
 - előadások
 - viták
 - kamarahangversenyek
 - kiállítások, stb.

A 70-es évek elején a kaposvári könyvtár az első egyike volt Magyarországon, amely a „járulékos” feladatként végzett propagandamunkát a közösségi kapcsolatok kiépítésének szélesebb bázisára helyezte. Tehette ezt azért is, mert a művelődési intézményeink között egyedül a könyvtárnak van minden használójával közvetlen személyes kapcsolata, és lehetősége igényeik megismerésére.

Az egyedi és tömegfoglalkozások szintézisével a könyvtár az irodalmi, művészi élet igen fontos tényezőjévé tehető és ezzel erősíteni lehet a könyvtárak társadalmi szerepét a köztudatban.

A könyvtárak társadalmi szerepének erősödése maga után vonja az emberek tudatában élő ideális könyvtárkép (a „pozitív image” vagy „imágó”) kialakulását.

Ezt a folyamatot érinti PAPP István emlékezetes írása a Társadalmi Szemlében⁸. A közművelődés fejlesztésének feladatairól szólva arról számol be, hogy mit tudnak, mire képesek, milyen fejlettségi szinten állnak a könyvtárak, és hogy milyen szerepet játszanak a művelődési folyamatban. Felsorolja mi az, amit feltétlenül vállalniuk kell a könyvtáraknak és mire vállalkozhatnak még kedvezőbb adottságok esetén. Hangsúlyozza, hogy ma könyvtári ellátási rendszerek kiépítése van napirenden, mégpedig azzal a céllal, hogy a lehetőség szerint azonos színvonalú könyvtári szolgálat álljon minden állampolgár rendelkezésére. Ezek az ellátási rendszerek a nagy és kis könyvtárak egymásra ható, egymásba kapcsolódó együtteséből állnak, és változatos szolgáltatásokat képesek nyújtani. De a döntő kritérium, amitől a korszerű könyvtár szocialista könyvtárrá válik, az nem szervezeti, nem formai és nem technikai jellemzőktől függ, hanem a társadalmi céltől, a közvetített tartalomtól.

A fejtegetések, érvek azt igazolják, hogy a könyvtár – amely közvetlenül kapcsolódik a közművelődés minden formájához – többre is képes, mint az olvasási kultúra mennyiségi terjesztésére vagy minőségi emelésére. A könyvtári környezet elsőrendűen kedvező terep például a közösségi és alkotó jellegű művelődésre, a művelődés közösségi formáinak kibontakoztatására.

Megvannak-e az anyagi és személyi feltételei a korszerű szocialista könyvtár működésének teszi fel a kérdést a cikk írója.

Szép számmal vannak olyan könyvtárak, amelyek már ma képesek eleget tenni az igényesen megfogalmazott feladatoknak... Könyvtáraink zöme jelenlegi adottságainak kihasználásával közelíthet művelődési, társadalmi szerepe betöltéséhez; a velük szemben támasztott követelményeket a feltételek biztosításától függően lehet és kell fokozni. De – és ez is lényeges – senki sem veheti le a döntés felelősségét az illetékes testületek válláról...

A cikk utolsó néhány sora tehát tulajdonképpen orientált „PR” közlés. A szerző a könyvtárügy fejlesztése érdekében, a közvélemény befolyásolására törekszik. (Az orientált kommunikációnak minden esetben ez a feladata!) A cikk üzenete és az üzenetvevők között nincs ellentmondás, ezért bizonyára célba talál...

Az említett és elemzett írások többsége bizonyítja, hogy a közönségkapcsolatok módszerei együtt fejlődnek és csiszolódnak ismereteink gyarapodásával.

A Public Relations Bizottság tevékenysége

A public relations tevékenység alaposabb megismerését tette lehetővé „A tájékoztatás és a közvéleményformálás a korszerű vállalatvezetés eszköze” című országos konferencia, amelyet 1972. február 28–29-én a MTESZ Szervezési és Vezetési Tudományos Társasága (SZVT) szervezett.* A konferencián vitatkoztak a public relations magyar nyelvű elnevezéséről is, de megegyezés nem született.

A „PR” – legalábbis ahogy mi idehaza értelmezzük – fejtette ki a konferencia bevezető előadásában MÁRTON Miklós – hatékonyan valósítja meg azt, amit úgy nevezünk: üzemi demokrácia.

Érdekes hasonlattal világította meg, hogy mit akar a „PR”. A vevő kívánságát oly mértékben igyekszik figyelembe venni, mint azt a mértékutáni szabó teszi. Ma elszigetelődött egymástól az eladó és a vevő.

Modern világunkban az érintkezés, a kommunikáció más formákat követel és ezeket találja meg abban, amit marketing kommunikációnak neveznek, és amely részben a kereskedelmi reklámból, részben a „public relations”-ből áll. Lényeges kérdés, hogy a gépiesen rutinos, elszemélytelenedett és eltárgyasult emberi kapcsolatok között minden munkatársunk sajátjának tekintse a gyárat vagy a vállalatot: legszemélyesebb

* Könyvtárosok sajnos nem vettek részt a tanácskozáson, de az ott elhangzottakat hasznosan alkalmazhatják saját területükön.

ügyévé váljon a gyár vagy a vállalat előremenetele, sikere, teljesítménye. E folyamatban kell megváltoztatni a gondolkodást, előbb önmagunkét, azután fokozatosan a környezetünkét.

Dr. MARINOVICH Endre, a bizottság akkori vezetője, előadásában tisztázza igyekezett a közönségkapcsolat egész tevékenységrendszerének fogalmát és tartalmát. Megállapította, hogy az informatika tudománya nálunk még kialakulófélben van, „a gyermekcipőt ugyan már kinőtte, de nem sikerült nagyobbra cserélnie. Tahát szorít a cipő! Ugy tűnik, hogy még évekig hiányozni fog a rendszer komplex ismeretkörének feltérképezettsége.”

Felhívta a figyelmet arra, hogy a vállalat által kibocsátott hírek a beérkezett információk ismeretében fogalmazódjanak meg, mert az úgynevezett „visszacsatolás” az egész információs folyamat lényeges alkotó része. Szólt arról, hogy a „public relations” a vállalatvezetésbe integrálódott tájékoztatási tevékenység, amely vállalaton belül és kívül – azonos elveket alkalmazva – célul tűzi ki, hogy a vállalat iránt a közvéleményben bizalmat teremtsen, ezt fenntartsa és ápolja. Az ipari tanulóktól a vezérigazgatókig a vállalat valamennyi munkatársa a „public relations” fontos hordozója. A vezetésen múlik, hogy ennek a hordozónak a töltése pozitív-e vagy negatív...

A könyvtári közönségkapcsolatok alapelveinek megfogalmazását és a gyakorlati tevékenység rendszerezését hatásosan segítette az 1970-es évek első harmadától az SZVT Kereskedelmi Szakosztálya keretében működő Kapcsolatszervezési (Public Relations) Munkabizottság. Évek óta havonta rendezi igényes klubfoglalkozásait Budapest legjobb „public relations”-szakembereinek részvételével a Hungária kávéház különtermében. 1967–73 között mennyiségi fejlődés, 1973-tól napjainkig pedig a minőségi változás jellemzi a bizottság és az általa vezetett „PR”-klub munkáját, de ugyanez mondahtó a hazai „PR”-munka egészéről is. Ujabban közművelődési „PR”-kérdések is szerepelnek a vitákon. NÓGRÁDI Gábor, az Uj Tükör munkatársa például a budapesti klubokban végzett kapcsolatszervezési feladatokról, e cikk szerzője a könyvtári közönségkapcsolatokról és a könyvtárosok országos „PR”-tanfolyamáról, LÉGRÁDY-CSOBÁN Ákos, a Fővárosi Filmforgalmazási és Moziüzemi Vállalat művészeti vezetője pedig felméréseik tapasztalatairól számolt be.

A munkabizottság 1977-ben újjáalakult. Elnöki tisztségét KRISTÓF László, a Magyar Hírdető vezérigazgatója vette át, a titkári teendőket dr. NÉMETH Márta, az Országos Idegenforgalmi Tanács osztályvezetője látja el.

Az egyik – a közművelődés számára talán leghasznosabb – klubnapon a budapesti Hilton Szálloda igazgatója számolt be közönségkapcsolataikról, a bevált „PR”-munkamódszerekről. Munkájuk lényeges jellemvonása, hogy tervszerűen tanulmányozzák ügyfeleik ízlését, magatartását, igényeit, kívánságait és igyekeznek azokhoz alkalmazkodni. A külföldről érkezett és üzleti úton lévő vendéget szobájában olyan prospektusok, tájékoztató kiadványok és információk várják, amelyek megfelelnek érdeklődési körének. Nagy figyelmet fordítanak tehát az ügyfelek megismerésére, ezért a rájuk vonatkozó üzleti információkat nemzetközi adatbankban tartják nyilván. Jelentőséget tulajdonítanak a személyzet öltözködésének, kulturált megjelenésének és udvarias viselkedésének is.

A munkabizottság képzési feladatokat is ellát. Rendszeresen szervez tanfolyamokat. A bentlakásos „PR”-tanfolyamok (Szentendre) tematikáját folyamatosan korszerűsítik.

A Magyar Reklámszövetség szintén hozzájárult a könyvtári „PR”-munka kibontakozásához. Megalakulásától kezdve – azaz 1975. január 13-tól – fórumot nyújt a „PR”-tevékenységnek is.

A Magyar Kereskedelmi Kamara és a Magyar Reklámszövetség folyóirata, a Propaganda-Reklám gyakran közöl „PR”-híreket (cikkeket már kevésbé!). A Magyar Hírdető dokumentációs lapja, a Nemzetközi Reklám Szemle pedig külön rovatban referálja a külföldi public relations szaklapokat. És van még egy metodikai jellegű lap, amelynek cikkeire érdemes figyelni: a Marketing-Piackutatás. A folyóirat egyik feladata, hogy a reklámszakterületről szóló tájékoztatókon keresztül elismertesse a reklámtévékenységet, tehát – a public relations szellemében – presztizst szerezzen a reklámnak és a piacutatásnak.

A public relations említésre méltó eredménye egy sajtófogadás a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtárban.

RÉVÉSZ Ferenc igazgató ismertette a sajtó képviselői előtt a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtárnak és hálózatának helyzetét, elért eredményeit, a folyamatos működéssel kapcsolatos problémákat és fejlesztési terveket. Az újságírók érdeklődéssel hallgatták a tájékoztatást és élénk eszmecserét folytattak arról, hogy miként nyújthat segítséget a sajtó a könyvtár működési feltételeinek javításához. A jelenlévők kérték a könyvtár igazgatóját, hogy rendszeresen tartson tájékoztatót a közérdekű sajtótémákról.

A tájékoztató sikerét igazolták a másnapi újságokban megjelent tudósítások és az FSZEK helyzetét elemző cikkek.

A jó kapcsolat a későbbiekben sem szünetelt a sajtóval, tehát érdemes volt megszervezni a találkozást.

Kibontakozás

A Magyar Könyvtárosok Egyesülete felismerve a kapcsolatszervezési munka fontosságát, az 1976. évi országos vándorgyűlést a közönségkapcsolatok időszerű kérdéseinek szentelte. A plenáris ülés négy előadása (PAPP István: Lelkiismeretvizsgálat kapcsolatszervezés ürügyén; MARINOVICH Endre: A könyvtárak és a közönségkapcsolatok; HORVÁTH Gabriella: A könyvtárak kapcsolatai társadalmi szervekkel; PELEJTEI Tibor: A könyvtárak közönségkapcsolatai) az Egyesület 1976-os évkönyvében jelent meg. Ez a kiadvány foglalta össze először a közönségkapcsolatok sokféle tevékenységrendszerét, eszközeit, módszereit és könyvtári alkalmazásuk tapasztalatait.

Szükségesnek tartják-e a könyvtárosok, hogy időről időre tájékozódjanak az olvasók igényeiről? A könyvtárosok kényelméhez vagy a használók időbeosztásához kell-e igazodniuk a nyitvatartás óráinak? Egybevág-e a társadalom tudatában élő könyvtári kép a korszerű könyvtár ismertetőjegyeivel? – vagy legalább azokkal a szolgáltatásokkal, amelyekre már most is képesek intézményeink? – Ha nem, kinek a dolga előmozdítani e kép kedvező irányú változását? Ilyen, és hasonló kérdések vetődtek fel a vándorgyűlésen, amelynek egyik konklúziója, hogy minden könyvtári munkafolyamatot és szolgáltatást

a közönség szempontjából kell mérlegre tennünk. Csakis ezzel a módszerrel valósítható meg, hogy a könyvtárügy a könyvtárosok ügyéből a használók, a társadalom ügyévé váljon.

1976–1977-től már sokasodnak a „public relations” részterületeiről szóló cikkek és cikkrészek, nem utolsósorban a Szovjetunió Kommunista Pártja Központi Bizottságának „A könyvtárak fejlesztéséért” hozott határozatának hatására¹⁰. A határozat ugyanis állást foglal – többek között – a könyvtári propagandamunka, a sajtó, rádió, televízió kapcsolatainak fejlesztéséről.

Hasonló segítséget nyújt a hazai közművelődési parthatározat és a közművelődési törvény is a könyvtári közönségkapcsolatok rendszerének megértéséhez. Sok részlete utal a könyvtárak és társadalmi környezetük kapcsolatára, a tömegkapcsolatok kiterjesztésére, az új módszerek kimunkálására, a tudományos és kutatási feladatok segítésére stb.

PAPP István: Még egyszer a könyvtári kutatómunkáról c. írásában¹¹ kiemeli a társadalmi presztizs megszerzésének fontosságát. Megállapítja, hogy első helyen és döntő módon szolgáltatásainktól függ tekintélyünk; de önmagunkat vezetjük félre, ha más tényezőket nem veszünk tekintetbe. Különösen olyanokat nem, amelyek akár közvetlenül, akár közvetve kihatással vannak szolgáltatásainkra is. Az egyik ilyen tényező a cikk címében is említett könyvtári kutatómunka. „Tudomásul kell vennünk, hogy a könyvtár megítélése a könyvtárosok személyén keresztül történik” – írja a cikk. Mi teheti a könyvtárost fontos emberré a társadalom szemében? – Elsősorban tudományos teljesítményeikkel szerezhetnek tekintélyt! De csak akkor, ha társadalmi érdekű, a könyvtár falain kívül is érdeklődéssel találkozó kutatásokat folytatnak. A legtöbb presztizsnövekedéssel a helyismereti-helytörténeti kutatások bíztatnak, de ne feledkezzünk meg arról a talán legfontosabb kutatási területről sem, amiért a tudományos közvélemény előtt elsősorban bennünket terhel a felelősség, vagyis a könyvtári állomány tudományos módszerek és kutatói igények szerinti feltárásáról – fejezi be a cikk.

S. BENEDEK András arról ír¹², hogy a könyvtárügynek elsősorban nem szenzációs sajtóhírekre van szüksége, hanem a könyvtárak lényegi, tartalmi munkáját ismertető cikkekre. A központi sajtó eléggé esetlegesen tájékoztat a könyvtárügyről, és ez is elsősorban személyes kapcsolatok eredménye. Érthető ez, hiszen gyorsuló világunkban, az információk áradatában az újságírók nem képesek áttekinteni a kulturális élet egészét.

Mi tehát a tennivaló? A könyvtáraknak kell kezdeményezniük a közeledést, már csak azért is, mert ők tudják a legjobban, mit akarnak közzétenni. A továbbiakban beszámol az OSZK és a KMK első sajtótájékoztatójáról. A Széchényi Könyvtár és a KMK vezetői baráti beszélgetésre jöttek össze néhány központi lap munkatársával. A közvetlen hangulatú és szívélyes párbeszéd során felmerült, hogy a sajtó akkor segíthetné még hasznosabban a magyar könyvtárügy törekvéseit, ha vállalná a tartalmi munka népszerűsítését, az esetleges problémák feltárását, a közös társadalmi gondként való ismertetését. Az újságírók elmondták, hogy a központi lapok bármikor szívesen közölnek 10–20 soros híradásokat könyvtári eseményekről, évente 2–3 alkalommal pedig általános vagy egy-egy részletkérdéssel foglalkozó, átfogóbb írások megjelentetésére is sort kerítenek. Szerintük a könyvtárról szóló információ megírására maga a könyvtáros, könyvtárügyi szakember illetékes, mivel ő ismeri az adott témakört, és ő tudja legjobban, mi az,

amit érdemes és hasznos elmondani. Az információszolgáltatás során azonban vigyázni kell, nehogy olyat népszerűsítsünk, ami nincsen kellőképpen megalapozva. A sajtó közvéleményformáló lehetőségeinek felhasználása tehát feltételezi a könyvtárosok közreműködését. Minél gyakrabban élünk kell ezzel a lehetőséggel.

A könyvtári közönségkapcsolatok fejlesztésének gondolata tehát „beérett”. A könyvtárosok megértették, hogy a propagandamunkájukban a „public relations” címmel összefoglalt tevékenységrendszer a legidősebb módszertani feladat. Eszközeinek és módszereinek felhasználása során alkalmazni lehet a kommunikációelmélet, a reklámlélektan, a szociológia és a szervezéstudomány legújabb eredményeit, és így növelhetik a könyvtári munkák színvonalát, a szolgáltatások hatékonyságát.

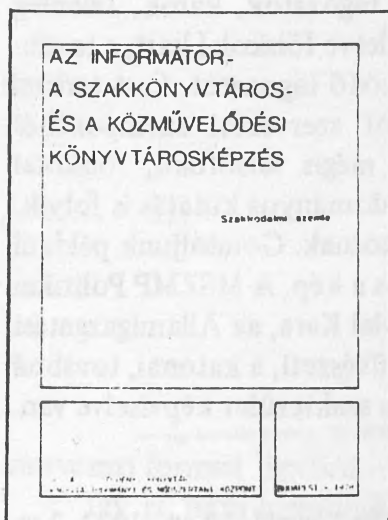
A kérdés fontosságát bizonyítja, hogy 1976. év végén – belső erők átszervezésével – megalakult a KMK Kapcsolatszervezési Osztálya.

Az osztály – a szomszédos szocialista országok között elsőként – tanfolyamot rendezett a közönségkapcsolatok témaköréből. A hallgatóság soraiban a megyei, városi és szakszervezeti könyvtárak hálózati központjainak módszertani munkatársai és az országos szakkönyvtárak olvasószolgálatosai foglaltak helyet. A 14 előadásból és konzultációkból álló tanfolyamon a Szervezési és Vezetési Tudományos Társaság Kapcsolatszervezési (Public Relations) Munkabizottságának előadói tartották meg a foglalkozásokat. De az előadók körébe bekapcsolódtak azok a könyvtári kutatók és szociológusok is, akik már a hazai könyvtári viszonyokra alkalmazták a „public relations” módszereit és eszközeit. Az 55 órás tanfolyam levelező jellegű volt, havonta 2–3 napos központi foglalkozásokkal. Záróvizsgaként esettanulmányokat készítettek a hallgatók. Folyamatos továbbképzésükről a KMK Kapcsolatszervezési Osztálya gondoskodik.

A tanfolyamon és a tanfolyamot félévenként követő továbbképzési konferenciákon a könyvtárosok megállapították, hogy mit jelent számukra a közönségkapcsolat elve, és mi az új ebben a tevékenységrendszerben? Összefoglalásként elmondhatjuk, hogy legfőbb feladata a céltudatos közvéleményformálás a könyvtár elismertetése érdekében; olyan szemléleti irányelv, amelynek segítségével a könyvtári szolgálat, az olvasókkal való kapcsolat minőségében is megváltozik. Eszközei megegyeznek a tájékoztatás, a propaganda és a reklámtevékenység eszközeivel, de módszerében a közönségkapcsolatok tervszerű, és tudatos szemléleti elveire támaszkodik. A marketing taktika helyett, annak elvi stratégiáját alkalmazza. Az olvasók érdekében permanensen tájékoztat, tájékozódik és céljainak megfelelően befolyásolja közönségét. Feladatának tartja az igények felkeltését és kielégítését, ugyanakkor alkalmazkodik is a társadalmi követelményekhez, formálja és ha kell módosítja a könyvtárosok magatartását. Új vonása, hogy az eszközök felhasználásánál figyelembe veszi a tudomány és a köznapi tapasztalatok legújabb eredményeit, és humánus beállítottságával küzd a személytelenség és az elidegenedés ellen.

JEGYZETEK

1. LIPÓT József: A public relations a gyakorlatban. Bp. 1968, Közgazd. és Jogi Kiadó. 306.p.
2. BERNAYS, E. L.: Its Origins and Development. = Public relations for libraries (Editor: Allan Angoff.) 2.pr. Westport (USA), 1974, Greenwood Press. 1–13.l.
RICE, Betty: Public relations for public libraries. Creative problem solving. New York, 1972. 133 p.
3. ROZSA Béla: A tájékoztató munka. = Berzsenyi Dániel Megyei Könyvtár Évkönyve '69–70. Szerk. TAKÁCS Miklós. Szombathely, 1970. Vas megyei Nyomdaipari Váll. 101–106.p.
4. ZIRCZ Péter: Dinamikus könyvtár – dinamikus könyvtárügy. = Könyvtáros. 21.évf. 1971. 5.sz. 257–258.p.
ZIRCZ Péter: Könyvtáraink és társadalmi környezetük. = Könyvtáros. 23.évf. 1973. 1.sz. 3–6.p.
5. PELEJTEI Tibor: Közönségkapcsolat, közvéleményformálás. = Könyvtáros. 25.évf. 1975. 5.sz. 273–275.p.
6. VARGA Béla: Könyvtáraink és társadalmi környezetük. = Könyvtáros. 23.évf. 1973. 4.sz. 203–205.p.
7. SALLAI István: Miért kiváló a kaposvári Megyei Könyvtár? = Könyvtáros. 22.évf. 1972. 1.sz. 10–14.p.
8. PAPP István: És a könyvtár? = Társadalmi Szemle. 24.évf. 1974. 7.sz. 80–82.p.
9. A Magyar Könyvtárosok Egyesületének Évkönyve 1976. Szerk. SZÉKELY Sándor. Bp. 1977. NPI. 55 p.
10. A könyvtárak fejlesztéséért. = Könyvtáros. 24.évf. 1974. 10.sz. 571–574.p.
11. PAPP István: Mégegyszer a könyvtári kutatómunkáról. = Könyvtáros. 27.évf. 1977. 7.sz. 383–386.p.
12. S. BENEDEK András: Ujságírók – könyvtárak. = Könyvtáros. 27.évf. 1977. 7.sz. 406 p.



Az OSZK Könyvtártudományi és Módszertani Központ gondozásában megjelent szakirodalmi szemlét „Az informátor- a szakkönyvtáros és a közművelődési könyvtárošképzés” kérdéseiről KATSÁNYI Sándor szerkesztette. Az angol nyelvű szakirodalmat feldolgozó fejezeteket VADÁSZ Ferencné, a szláv nyelvűt FUTALA Tibor, a német nyelvűt pedig a szerkesztő készítette. A tartalomból: – Terminológiai problémák, – Történeti visszapillantás: a változások tendenciái, – Szakképzési koncepciók szocialista országokban, – Angol-amerikai képzési modellek, – Az IFLA könyvtárošképzési normatívái.