

Zagovorništvo v knjižnici

Kako pridobiti in obdržati podporo knjižnici

Breda Karun
Mestna knjižnica Kranj

Avgust, 2017

Zagovorništvo je aktivnost organizacije ali posameznika, s katero želi vplivati na odločevalce na lokalnem, nacionalnem ali mednarodnem nivoju, da bi dosegla podporo pri uresničevanju svojega poslanstva.

Zagovorništvo v kontekstu komunikacije

Osebna komunikacija Osebna razmišljanja		Novinarstvo Informiranje družbe o tekočih temah in dogodkih		Oglaševanje Komunikacija s ciljem prodaje produkta ali storitve
	Medosebna komunikacija Komunikacija med dvema osebama		Pridobivanje sredstev Iskanje financerjev za uresničitev konkretnih ciljev	
Komunikacija znotraj skupin Komunikacija v manjših skupinah		Zagovorništvo Pridobivanje podpore v dobro interesov skupnosti		Marketing Tržno usmerjeno komuniciranje
	Odnosi z javnostmi Odnos med subjektom-organizacijo in njegovimi javnostmi		Lobiranje Zagovarjanje interesov neke skupine za spremembo zakonodaje ali pridobivanje poslov	
Odnosi z mediji Informiranje javnosti o poslanstvu, politiki neke organizacije		Javna diplomacija relacije med državami ali mednarodnimi organizacijami		Propaganda Manipulativna, neetična komunikacija, lahko tudi lažna

Kdaj zagovorništvo?

Preden ga potrebujemo!

Največkrat je namen zagovorništva da:

- ▶ Se izognemo zmanjšanju proračuna, kadra, prostora, ki bi prizadelo uporabnike
- ▶ Zagotovimo vzdržnost storitev
- ▶ Trajno umestimo knjižnico v zavest uporabnikov, financerjev in odločevalcev

Kdaj zagovorništvo deluje?

- ▶ Kadar ga izvajajo zavzeto, sistematično in redno vsi zaposleni v knjižnici. Zagovorništvo je proces.
- ▶ Kadar knjižnica ponuja kvalitetne storitve ali ima konkreten načrt zanje.
- ▶ Kadar ima knjižnica dobre odnose s skupnostjo.

V pomoč zagovorništvu

▶ Statistika

- ▶ Ustrezno interpretirani statistični podatki – vedno v kontekstu

▶ Raziskava percepcije knjižnice

- ▶ Če vemo kako ljudje zaznavajo knjižnico, jih bomo lažje nagovorili
- ▶ Večkrat je razlika med tem kako mi sami zaznavamo knjižnico in kako jo vidijo drugi. Zagovorništvo lahko pomaga premostiti to razliko.

▶ Merjenje vplivov knjižnice = Identificiranje in merjenje sprememb pri posameznikih in v družbi kot celoti

- ▶ Kaj se zgodi s knjigami, ki jih izposodimo?
- ▶ Kaj počnejo uporabniki z informacijami/znanjem, ki so ga pridobili?
- ▶ Kaj v knjižnici počnejo uporabniki, ki jih ne registriramo (berejo časopis, pogledajo referenčno gradivo, se srečajo s prijatelji)?

Kdo so lahko zagovorniki

- ▶ So aktivno vključeni v skupnost
- ▶ Verjamejo, da je knjižnica žlahten prostor, pomemben in relevanten za skupnost, čeprav je morda ne uporabljajo
- ▶ Prepoznajo vlogo knjižničarjev kot posrednikov in pomočnikov pri iskanju verodostojnih in relevantnih informacij
- ▶ Vidijo knjižnico kot nepogrešljivo službo, ki podpira poslanstvo in vizijo krovne organizacije.

Zagovorniki

- ▶ Člani knjižničnih in strokovnih svetov
- ▶ Vodje krovne organizacije
- ▶ Zaposleni v knjižnici in krovni organizaciji
- ▶ Politiki in uslužbenci na lokalni in nacionalni ravni
- ▶ Uporabniki
- ▶ Partnerji

Mreža zagovornikov

STALNOST IN VZTRAJNOST

▶ Redna komunikacija

- ▶ Obveščanje o knjižničnih zadevah, npr. (ne)financiranju, novih storitvah, projektih, prireditvah
- ▶ Povabimo jih, da postanejo prijatelji knjižnice ali jim podelimo častno izkaznico
- ▶ Letno srečanje zagovornikov, npr. ob praznovanju krovne organizacije, srečanju specialnih knjižnic itd.
- ▶ Zagovorniki naj povedo svoje zgodbe o tem kako je knjižnica vplivala na njihova življenja

<http://www.youtube.com/watch?v=uH-sRluCQ6g&list=PLCCF6AF85830ADA8A>

Načrt zagovorništva

- ▶ Določimo cilje in pričakovane učinke, npr. nov zakon/pravilnik, večji proračun, večja prepoznavnost itd.
- ▶ Ocenimo stanje na ciljnih področjih, npr. identificirajmo ovire, nasprotnike, prednosti, potencialne podpornike.
- ▶ Določimo najpomembnejše naloge.
- ▶ Napišimo komunikacijski načrt:
 - ▶ ključna sporočila,
 - ▶ ciljne skupine
 - ▶ komunikacijsko strategijo in vire, ki jih za to potrebujete.
- ▶ Določimo delovni načrt z nalogami, odgovornimi osebami in terminski načrt. Redno spremljamo napredek.
- ▶ Dokumentiramo in ovrednotimo rezultate. Na ta način se bomo naučili kako lahko proces izboljšamo.

Ključno sporočilo

- ▶ Kratko in jasno
- ▶ Udarni slogan
- ▶ Uporabimo ga lahko v različnih situacijah: v govorih, brošurah, intervjujih
- ▶ Lahko ga priredimo za različne javnosti
- ▶ Kredibilno
- ▶ Kaj konkretno pričakujemo od zagovornikov

Primeri sloganov:

Naša organizacija si zasluži knjižnico za 21. stol.

Ni dobrega izobraževanja brez dobrih knjižnic.

Knjižnice spreminjajo življenja.

V svetu, ki je prepoln informacij, so knjižnice tiste, ki jih znajo pametno uporabiti.

Naši informacijski specialisti zagotavljajo managementu najnovejše podatke za podporo pri sprejemanju odločitev.

<http://www.youtube.com/watch?v=m5UTxZ3rTTs>

Zgodba

Samostojna ali kot del ključnega sporočila.

- ▶ Z zgodbo ponazorimo pomen knjižnice in njenih storitev za ljudi
- ▶ Zgodba da življenje statističnim podatkom
- ▶ Najboljše zgodbe niso o tem kaj knjižnica dela, ampak o ljudeh, ki jo uporabljajo in jim je koristna.
- ▶ Bolj učinkovito je, če zgodbo povedo zagovorniki in ne knjižničarji.

KDO: Gospa Marija je 78-letna upokojenka, dve leti vdova.

PROBLEM: Od upokojitve dalje sta z možem živela polno življenje: hodila sta na sprehode, koncerte, v kino, družila sta se s parom s podobnimi interesi. Ko je gospa Marija ovdovela, so se prekinili stiki s prijateljskim parom in dneve je preživljala osamljena doma. Otroci z družinami so živeli v drugem mestu in so jo le redko obiskali.

INTERVENCIJA KNJIŽNICE: Od lokalne knjižnice je dobila vabilo na računalniški tečaj za starejše. Za tečaj se je odločila, ker so jo k temu nagovorili otroci. Tam se je srečala z ljudmi svojih let, skupaj so se naučili uporabljati internet, elektronsko pošto. Po tečaju je brskala med policami in si vsakokrat izposodila kakšno knjigo. Odkrila je veselje do branja, za katerega prej ni bilo prave volje. Po tečaju so šle s sošolkami na kavo in ohranile to navado tudi potem, ko se je zaključil.

SREČEN KONEC: Gospa Marija zdaj redno zahaja v knjižnico, bere, uporablja računalnik, obiskuje prireditve. Z bivšimi sošolkami se redno srečuje na kavi. S svojimi otroki in vnuki si dopisuje po elektronski pošti. Za osamljenost nima več časa.

SPOROČILO: Knjižnica lahko spremeni življenje.

Zagovorniki knjižnice – kaj lahko storite

- ▶ **Govorite, govorite, govorite.** Poglejte okoli sebe – povsod so ljudje, ki bi lahko bili uporabniki knjižnice, pa ne vedo kako koristne stvari lahko tam dobijo.
- ▶ **Imate svojo armado zagovornikov.** Uporabite jih! To so vsi zaposleni v knjižnici, od direktorja do hišnika. Naučite jih kako lahko zagovarjajo knjižnico.
- ▶ **Bodite informirani.** Spremljajte vse v zvezi s knjižnicami, na nacionalnem ali lokalnem nivoju. Spremljate spletne strani ministrstev, občine, sodelujte s stanovskimi organizacijami.
- ▶ **Spoznajte odločevalce** (in njihove zaposlene). Vi ste jih izvolili, zato od njih lahko kaj pričakujete. Spremljajte njihove spletne strani, poizvedite kakšne so njihove prioritete.
- ▶ **Pridobite medije.** Vzdržujte stike z njimi in jim stalno pošiljajte obvestila. Pokličite in se ponudite, da nastopite v pogovorni oddaji.
- ▶ **Gradite svojo mrežo stikov.** Ste močan dejavnik sprememb v vašem okolju in več ljudi prepričate o tem, širša bo vaša mreža. Negujte stike.

Nekaj domačih primerov

Mestna knjižnica Ljubljana

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=BL5ChxGikwk>

Dan slovenskih splošnih knjižnic

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=fGACc074L-8>

Osrednja knjižnica Celje (dr. Tone Kregar)

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=69wyxVldhTE>

Mariborska knjižnica, Darujem in berem, 2013

- ▶ <http://zdruzenje-knjiznic.si/letna-nagrada-za-najboljse-projekte-splosnih-knjiznic/>

