

### INFORMÁLNI, INTEGRÁLNI, INSPIRÁLNI - KÖZKÖNYVTÁRAK A XXI. SZÁZADBAN

A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár HírÉrtékTár címmel könyvtárszakmai konferenciát szervezett 2017. május 25-én a FSZEK Központi Könyvtárában.

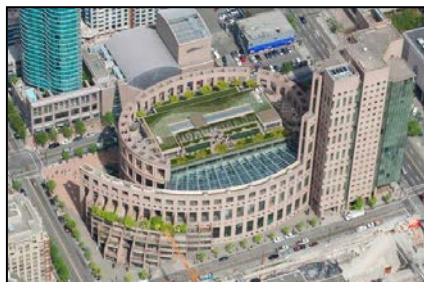
Felgyorsult infokommunikációs és technológiai világunkban egyre inkább érezzük, hogy a könyvtárak megléte, és sikeres jövője az inspiráló ötletekben, azok hatékony megvalósításában és a megszerzett ismeretek elméleti és gyakorlati integrálásában rejlik. Nem mehetünk el olyan tendenciák mellett, melyeket felismerve, sikeresen válaszolhatunk a 21. század új kulturális kihívásaira.

A konferencia köszöntő beszédében Dr. Vígh Annamária, az EMMI Közgyűjteményi Főosztály vezetője hangsúlyozta, hogy milyen nagy jelentősége van a kulturális szféra, a közgyűjtemények, könyvtárak szakmai kommunikációnak. Beszélt az információs csatorna hatékonyabbá tételéről az aktív és passzív felhasználók között. Köszöntőjében megemlítette az EFOP-3.3.3-VEKOP-16-2016-00001 A „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” című program országos hatókörű könyvtári projektjét, amely „Az én könyvtáram” címen valósul meg.

Fontos célként kiemelte, hogy meg kell ismerni a kulturális szektor kommunikációs tevékenységének sajátosságait, a közgyűjteményi, könyvtári marketingtevékenység összetevőit, és jellegzetességeit, mindezen területek nehézségeit és egyedi lehetőségeit.

A konferencia célja volt, hogy megismertesse a résztvevőkkel a *kultúra marketing* fontosságát, és specifikusságát, a *kulturális brandépítés* alapköveit, céljait. Segítse a *kulturális szponzoráció* könyvtárakban való megjelenését, bemutasson néhány *jó gyakorlatot a hazai közkönyvtárak kommunikációs projektjeiből*.

Dr. Pavluska Valéria hab. egyetemi docens a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet munkatársa ismertette a kultúra marketing elméleti felépítését, és példákat hozott a marketing szemléletű működésre könyvtárszakmai keretek között. Külföldi példákkal illusztrálta a multifunkcionális helyek, és terek lehetőségeit (pl. vancouveri közkönyvtár - felújítása után - tetőkertjét színházi funkcióval egészítették ki). A fiatal korosztály számára élhető és szerethető közeg kialakítása



meghökkenítő  
térrelrendezéssel és bútorzattal  
(pl. gyermekkönyvtári  
bútordesign).

Fontosnak tartotta, hogy a kultúra fogyasztók és kínálók megtalálják a közös kommunikáció nyelvét. A fogyasztói elégedettség



vizsgálat nagyon hangsúlyos kell, hogy legyen, mert ez visszajelzés szolgáltatásaink jelenlegi és jövőbeli fejlesztésére. Innovatív ötletekkel kell az olvasói piacot meghódítanunk. Ez lehet akár a telefonunkra letölthető könyvtári applikáció is ([konyvtarapp.blogspot.hu](http://konyvtarapp.blogspot.hu)). A marketing alkalmazása nem jelenti azt, hogy mechanikusan kiszolgáljuk a közönségigényeket, feladjuk elképzeléseinket.

## TUDÓSÍTÁSOK

---

Abban segíthet, hogy felismerjük, megértsük és figyelembe vegyük azokat a tényezőket, hatásokat, amelyek befolyással vannak az egyes közönségcsoportok magatartására, megnyerésére és megtartására. A megfelelő kulturális ajánlattal tovább bővíthetjük azok körét, akik az ajánlatot értékesnek tartják, ezért elfogadják. Javaslat, hogy komplex marketingmunkát kell végezni az olvasói, használói kereslet megtalálására, bevonására, és megtartására. Nagy szerepe van a program közvetítő módok, a „csomagolás”, és/vagy a kommunikáció célcsoportokhoz igazított változatainak kialakításának. A megfelelő módszerhez fel kell tárni a kultúrafogyasztói/nem fogyasztói jellemzőket és ki kell dolgozni azokat a modelleket, amelyek a könyvtárak esetében célravezetők.

Létre kell hozni a teljes élményt, ami egy adott kulturális ajánlatot elérhetőbbé, élvezhetőbbé, kényelmesebbé és több ember életstílusához jobban hozzáillővé tesz.

Azzal is le kell számolnunk, hogy mindig mindenkit el kell érniük. Ezért gondoljuk át, hogy vállalható-e, hogy a marketing alkalmazásával „...több Broadway és kevesebb Shakespeare kerül színpadra”. (Scheff Bernstein, 2007)

A konferencia következő előadása - Kulturális szponzoráció-mit vár a másik oldal? - címmel valamennyi érdeklődő kiemelt figyelmére tartott számot. Dr. Bíró Péter, c. egyetemi docens, marketing szakértő, a BP International Business Promotion képviselője közérthető módon, és szemléletesen mutatta be, hogy nonprofit intézményként hogyan lehet felkutatni a szponzorokat. Mi az a három kritérium, amit soha nem szabad szem előtt tévesztetni, ha szponzorációban gondolkozunk. (Mindig valamire! Vállalás, ígértet cserébe! Csak a természetes kapcsolattól!)



Az előadásból megtudhattuk, hogy a szponzor keresésnél érdemes mappát készíteni, levelet fogalmazni. A személyes megkeresés előtt telefonon egyeztetni, esetleg korábbi ismeretségre, közös ismerősre hivatkozni. Ha már megvan a találkozás időpontja, akkor jön csak a munka neheze. Nagyon fontos, hogy mindig felkészülten érkezzünk a partnerhez. (A kérés céljának, pontos meghatározása. Mit támogasson? Van-e különlegessége, sajátossága, egyedisége a kérésünknek. Kiknek: kik a látogatók, vendégek, nézők, (célcsoport), és mennyien lesznek? Miért jönnek el? Mire van szükségünk (mennyi pénzre vagy milyen más támogatásra)? Az sem mellékes, hogy, mint nonprofit intézmény mi haszna lehet a támogatásunkból. Mi ajánlhatunk (ígértet, vállalás) a szponzornak? Többletértékesítés, vagy márkapozicionálás? Vállalati image, belső, munkatársi lojalitás, employee branding? Vagyis miért éri meg neki,

## TUDÓSÍTÁSOK

---

ha szponzorál? Ezek mindenki számára fontos és gyakorlati kapaszkodó pontok a sikeres támogatói partner megnyeréséhez.

Dr. Bereczky Ibolya, a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum főigazgató helyettese a Múzeumi kommunikáció - Kihívások és válaszok a 21. század elején címmel tartott érdekes előadást. Az elhangzottakat könyvtári környezetre is ki lehet és érdemes is kivetíteni. Rengeteg jó meglátás, mint a fiatal generáció bevonásának újszerű eszközei (gigant poszterek, DM - levél, Podcast, aktív információs tábla, elektronikus hirdetések - bannerek, gerilla kampányok, QR kódok, Social média, közösségi oldalak, Web design). Az előadás összegzéseként elmondható, hogy „a társadalom szeméhez és füléhez”, csak jól megtervezett figyelemfelhívó stratégiával, okos infokommunikációs eszközökkel, eltökélt szakmai csapattal és nyitottsággal lehet hatékonyan eljutni.

BEAVATÁS és könyvtári kommunikáció címmel Tózsér Istvánné Géczi Andrea, az egeri Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár igazgatója tartott lendületes és szemléletes bemutatót a könyvtárakban sikeresen zajló olvasásnépszerűsítő programokról (E'mesevár, Film-Ez-Ők stb.). Az olvasók megszólításának lehetőségeiről (strandkönyvtár, családi programok, tematikus rendezvények). Hangsúlyozta a külső és belső kommunikáció fontosságát, az ismertség, és láthatóság társadalmi szerepét.

Mit adtak nekünk a rómaiak? címmel Fábiánné Sáray Anna, könyvtárvezető - Pannónia Kulturális Központ és Könyvtár Balatonalmádi - mesélt a könyvtárak múltbéli és jelenlegi társadalmi szerepéről, közösségformáló erejéről. A balatonalmádi könyvtárakról, a településen betöltött közösségformáló szerepükről és egy különleges kezdeményezésükről: ez a strandkönyvtár, mely kitelepülésük óta nagyon sikeres és keresett célpont lett. Ennek az elindításáról, kampányolásáról, és a sikerhez vezető útról is beszélt. Szakmailag is eltökélt és összetartó csapatának Sztanyiszlavszkij sora a mottója: „*Nincs kis szerep, csak kis színész.*”

Bándoli Katalin, osztályvezető, a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Központi Könyvtárának munkatársa A F(é)szekből kiröppenő Ötpacsirta találó címmel a zenei gyűjteményben rejlő lehetőségekről mutatott be szolgáltatásokat, és jó gyakorlatokat. Ez utóbbira példa a zenei tehetséggondozás programjuk, illetve az Át-menő program, ahol a különböző társadalmi réteghez tartozóknak kínálnak értékes programot a zene erejével. Beszélt a mikro közösségek elérési lehetőségeiről. Az Apropos Budapest programról, ahol a lakók véleményét kérdezik a fővárosról. Városi sétákat, és ehhez kapcsolódó zenés programokat is kínálnak. Céljuk az információs zenei szolgáltatások bővítése, életstílus és a zene elérhetővé tétele mindenki számára.

Olvasásnépszerűsítő előadást tartott Mit nyerünk az elvesztéssel? Játék és kommunikáció húsz percben - címmel Buzai Csaba, igazgató (Justh Zsigmond Városi Könyvtár, Orosháza). A népszerű Veszíts el egy könyvet! A Nagy könyvelhagyó játék ötletéről, a megvalósításról, kommunikációs lehetőségekről beszélt, kiemelve, hogy milyen fontos a sajtó megjelenés, a média segítségével hogyan népszerűsíthető a játék, és hogyan vált a kiadók körében is támogatott olvasásnépszerűsítő kampánnyá. Hogyan lesz egy filmsztár a program külföldi arca? Ezer apró titokról hallhattunk húsz percben. Ingyenceknek: <http://veszitsel.konyvtar.hu/>

A szakmai konferencia záró programja Haladjunk a korrallal! címet kapta, amit Garamvölgyi László, osztályvezető-helyettes ELTE Egyetemi Könyvtár és Levéltár munkatársa adott elő. Friss és fiatalos szemléletmódjával hívta fel a figyelmet a Social média új színtereire. A Facebook használatának megváltozásáról, az Instragram térnyeréséről és a Snapchat megjelenéséről, a fiatalok körében terjedő alkalmazásokra, ([http://index.hu/tech/2017/06/26/a\\_snapchat\\_mindig\\_tudja\\_hol\\_jarunk/](http://index.hu/tech/2017/06/26/a_snapchat_mindig_tudja_hol_jarunk/)) melyeket követve mi magunk is trendivé válhatunk számukra. Kérdés csak az, hogy hogyan tudjuk ezeket az

## TUDÓSÍTÁSOK

---

alkalmazásokat úgy beépíteni a kommunikációnkba, hogy ízléses, informatív és hatékony legyen.



A konferencia zárásaként a közös kommunikációra, és az együtt gondolkodásra ösztönző munkára bíztatott mindenkit Dr. Fodor Péter, a FSZEK főigazgatója. Útravalóul Fábiánné Sáray Anna könyvtárvezető sorait hoztam el a konferenciáról: „Nincs kisváros, nincs kis könyvtár. Ha MEGTALÁLOD a helyed. Ha ki TUDOD aknázni a lehetőségeket. Ha ki AKAROD aknázni azt.”



**A szakmai konferencián részt vett kollégák:  
Kovácsné Pacsai Edit, Tóth Renáta, Kereki Judit, Nitsch Erzsébet**

Tóth Renáta