

Publicitātes loma Latvijas valsts nozīmes bibliotēkās

Ilona Vēliņa-Švilpe
LU Bibliotēka

Latvijas Universitātes 69. zinātniskā konference
Bibliotēkzinātnes un informācijas zinātnes sekcija,
03.02.2011.

“(..) ārēja avota sniegta informācija, ko masu saziņas līdzekļi izmanto tāpēc, ka tā ir uzskatāma par jaunumu”

“(..) nekontrolējama ziņu publicēšana masu saziņas līdzekļos” (S.M. Cutlip)

“Jebkurā informācijā par bibliotēku ir ietverts vēstījums, t.i. tā atspoguļo bibliotēkas profilu, identitāti, vidi, parāda tās stratēģisko orientāciju un mērķus.”

(A. Glosiene)

Publicitātes mērķi

- sniegt **maksimālu iespaidu** uz personām, kas darbojas lēmumu pieņemšanā,
- palīdzēt iestādei **pārvarēt** komunikācijas grūtības,
- risināt vadības problēmas un ieņemt **nozīmīgu lomu** uzņēmuma **reputācijas veidošanā.** *(M.Гунаре)*

Svarīgie “4K”

Kādēļ vēstām?

Ko vēlamies pavēstīt?

Kas ir vēstījuma mērķauditorijas?

Kā vēstām?

1. noskaidrot lietotāju un bibliotēku darbinieku domas par pašreizējo publicitātes efektivitāti un iespējamām izmaiņām tuvākajā nākotnē;
2. apzināt lietotāju un bibliotēku darbinieku ierosinājumus publicitātes efektivitātes paaugstināšanā.

Bibliotēkas ar valsts nozīmes statusu

Latvijas Lauksaimniecības universitātes
Fundamentālā bibliotēka

Latvijas Nacionālā bibliotēka

Latvijas Universitātes Akadēmiskā bibliotēka

Latvijas Universitātes Bibliotēka

Patentu tehniskā bibliotēka

Rīgas Stradiņa universitātes bibliotēka

Rīgas Tehniskās universitātes Zinātniskā
bibliotēka

- **Aptaujās** piedalījās 205 respondenti – 139 bibliotēku lietotāji un 66 bibliotēku darbinieki.
- **Intervijās** piedalījās 3 bibliotēku darbinieki.

Bibliotēkas galvenās mērķauditorijas
Kā bibliotēka informē savas mērķgrupas
Publicitātes mērķis
Kā mainījusies publicitātes intensitāte
Publicitātes efektivitātes novērtēšana
Traucējošie faktori
Ieteikumi

Rezultāti: publicitātes intensitāte

Ievērojami palielinājusies	27.3%
Palielinājusies	48.5%
Palikusi iepriekšējā līmenī	7.6%
Nav palielinājusies	1.5%
Samazinājusies	0%
Grūti pateikt	13.6%
Cita atbilde	1.5%

Rezultāti: publicitātes mērķis

Palielināt lietotāju skaitu klātienē	25.7%
Palielināt attālināto lietotāju skaitu	18.3%
Piesaistīt jaunas mērķgrupas	16.8%
Veidot pozitīvu bibliotēkas tēlu	30.7%
Palielināt finansējumu	5.9%
Cita atbilde	2.5%

Bibliotēkā trūkst pieredzējušu speciālistu	20.4%
Netiek izmantoti visi publicitātes kanāli	31%
Informācija tiek pasniegta sarežģītā valodā	12.4%
Cilvēki kļuvuši vienaldzīgi	31%
Cita atbilde	5.3%

Rezultāti: bibliotēkas darbinieku ieteikumi (1)

Darbinieki:

- kvalifikācijas paaugstināšana, radošo spēju pilnveide, visi jāiesaista...

Informācijas kanāli:

- sociālie mediji, meklēt īstos kanālus, jāizmanto visi kontakti ar klientiem...

Resursi:

- jaunākās tehnoloģijas, jāpalielina resursi, jāalgo atsevišķs speciālists...

Rezultāti: bibliotēkas darbinieku ieteikumi (2)

Dažādi:

- mērķauditoriju izpēte, lielāka sadarbība bibliotēkas un mērķauditoriju starpā, informāciju pasniegt vienkāršāku...

“Katram labam darbam un labai veiksmei ir jābūt publiskotai”

“Ne vienmēr vajag milzīgus līdzekļus, vajag mazliet ieinteresētus un zinošus cilvēkus, kas to realizē”

Darbiniekiem:

- kopīgais priekšstats atkarīgs no katra darbinieka, jāmācās...

Informācijas kanāli:

- jāizmanto sociālie tīkli, blogošana, jaunākās tehnoloģijas...

Publicitātes saturs:

- patlaban - pašai bibliotēkai, vajadzīga dažādība un oriģinālas idejas, neinteresants, *sauss ...*

Sadarbība:

- kopīgi ar studentiem un pasniedzējiem, vairāk līdzdalības augstskolas aktivitātēs, prāta vētras ar studentiem...

“Liekas, ka pietrūkst fantāzijas”

“Domāju, ka studenti paši varētu uztaisīt interesantas lietas bibliotēkā”

“Bibliotēkā vajag Ingmāru Līdaku! Zoo rulle visos kanālos”

- Viens no bibliotēkas uzdevumiem - veidot pareizu priekšstatu par sevi gan mērķgrupām, gan visai sabiedrībai kopumā.
- Bibliotēkas savā darbībā orientējas uz profesionālām sabiedriskajām attiecībām.
- Publicitāte ir nozīmīgs instruments pozitīva bibliotēkas tēla veidošanā.

- Publicitātei jābūt plānveida darbībai. Vēstījums jāveido, ņemot vērā mērķauditoriju vajadzības.
- Latvijas valsts nozīmes bibliotēkas vieno tām piešķirtais statuss un nozīmīgā pētnieciskā un metodiskā darbība. Tomēr publicitātes mērķi un saturs tajās ir atšķirīgi.

- Bibliotēku darbinieki publicitātes kvalitātes uzlabošanu pārsvarā saskata cilvēkresursu un līdzekļu palielināšanā.
- Turpretim bibliotēkas lietotāji kā primāro izvirza vēstījumu, kas būtu orientēts uz viņu vajadzībām.
- Bibliotēku darbiniekiem - plašs darbības lauks, kas prasa būt atvērtiem inovatīvām idejām.

- Jāturpina attīstīt vidi un pakalpojumus, kas veicinātu cilvēka radošos spēkus un iekļaušanos bibliotēku vidē:
 - lietotājs kā **sadarbības partneris** un publicitātes **iniciators**,
 - **brīvprātīgo darba** aktualizēšana,
 - **demokrātiskas** vides attīstība (brīvpieejas krājums u.c.).



Paldies par uzmanību!