

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia 18 (2020)

ISSN 2081-1861

DOI 10.24917/20811861.18.32

Magdalena B. Król

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

ORCID 0000-0003-4866-0385

Maja Wojciechowska, Joanna Kamińska, Beata Żołędowska-Król przy współudziale Bożeny Jaskowskiej, *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie*, Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2019, 292 ss., ISBN 978-83-65741-17-2

Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie to książka czterech Autorów reprezentujących różne ośrodki naukowe. Maja Wojciechowska jest profesorem Uniwersytetu Gdańskiego, jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół organizacji i zarządzania bibliotekami, marketingu bibliotecznego, promocji czytelnictwa, zarządzania wiedzą w instytucjach komercyjnych i non profit; doktor Joanna Kamińska z Uniwersytetu Śląskiego specjalizuje się w bibliotekarstwie współczesnym, zarządzaniu bibliotekami, teorii i metodologii bibliotekoznawstwa; doktor Beata Żołędowska-Król z tej samej uczelni zajmuje się z kolei zagadnieniami związanymi z zarządzaniem jakością oraz wdrażaniem elementów zarządzania relacjami w bibliotekach, pomiarem jakości usług bibliotecznych oraz zastosowaniem najnowszych koncepcji zarządzania odnoszących się do poprawy funkcjonowania współczesnych bibliotek; doktor bibliologii i informatologii Bożena Jaskowska jest dyrektorką Biblioteki Uniwersytetu Rzeszowskiego. Wszystkie Autorki publikacji są absolwentkami kierunku bibliotekoznawstwo i informacja naukowa/techniczna prowadzącymi działalność naukową w dziedzinie nauk humanistycznych, w dyscyplinie bibliologii i informatologii (od 2018 roku w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach), ze szczególnym uwzględnieniem elementów zarządzania w bibliotekoznawstwie.

Recenzowana książka jest swego rodzaju kompendium wiedzy współczesnego bibliotekarza z zakresu zarządzania i marketingu. Ostatnia dekada przyniosła dynamiczny rozwój tematyki zarządzania w obszarze bibliologii i informatologii, w sferach zarówno naukowo-badawczej (badania, publikacje, wystąpienia na konferencjach), jak i dydaktycznej (obecność przedmiotów z zarządzania w ofercie programowej dawnych studiów bibliotekoznawczych, nowe kierunki studiów powstałe w ośrodkach kształcących dawniej bibliotekarzy). Proces implementacji słownictwa z zakresu zarządzania do bibliotekoznawstwa wymaga czasu, jak i dostosowania: w teorii – do specyfiki dyscypliny naukowej, w praktyce zaś – do realiów bibliotekarstwa. Przenoszenie terminologii wprost bardzo często nie jest ani możliwe, ani właściwe, stąd niezwykle ważna i wartościowa wydaje się podjęta przez Autorki leksykonu pionierska próba uporządkowania i usystematyzowania terminologii z zakresu zarządzania na gruncie bibliologii i informatologii. Książka adresowana

jest do pracowników naukowych, kierowników i pracowników bibliotek, a także studentów (s. 7)¹.

Leksykon... zawiera ponad 600 podstawowych, najczęściej używanych terminów z zakresu zarządzania i marketingu, które, jak piszą Autorki we wstępie, „znalazły zastosowanie w teorii i praktyce bibliotekoznawstwa i informacji naukowej” (s. 7). Odnajdziemy w tej publikacji również szereg terminów z obszaru socjologii, psychologii społecznej i finansów. Hasła są autorskie, zamieszczone zostały w porządku alfabetycznym, przy każdym widnieje odpowiednik w języku angielskim, przy niektórych zaś znajdziemy jeszcze akronim, jeśli jest on stosowany przy pełnej nazwie. W *Leksykonie...* są także hasła anglojęzyczne, stosunkowo nowe, niepoddające się tłumaczeniu na język polski, funkcjonujące w oryginale, m.in. takie jak: „*co-cooning*” (s. 42), „*flash mob*” (s. 70), „*crowdsourcing*” (s. 43), „*fundraising*” (s. 71), „*grant*” (s. 75), „*lipdub*” (s. 122). Pod każdym hasłem umieszczone zostały odsyłacze do innych, w których omawiane pojęcie zostało poruszone – hasła pokrewne, a także hasła pogłębiające dany temat, co – jak piszą Autorki – ma na celu „umożliwienie czytelnikowi ulokowanie hasła w szerszym kontekście pojęciowym i ułatwienie usystematyzowania wiedzy na temat określonego aspektu problemowego” (s. 7). Pod każdą z definicji podane zostały opracowania wykorzystane do przygotowania poszczególnych haseł. Zasada doboru źródeł, jaka zastosowana została w *Leksykonie...*, jest następująca: jako pierwsze wskazano publikacje autorów, w zdecydowanej większości polskich, z obszaru bibliologii i informatologii, w tym – Autorek; gdy dany termin nie funkcjonuje jeszcze w literaturze bibliologicznej, podano pozycje z zakresu nauki o zarządzaniu, i tu – głównie polskich autorów, choć zdarzają się publikacje autorów zagranicznych; w przypadku zaś, gdy nie zostały odnalezione żadne źródła – hasło pozostaje bez bibliografii, jak na przykład: „dojrzałość zawodowa” (s. 57), „donator” (s. 58), „dyscyplina pracy” (s. 62), „hierarchia celów” (s. 79), „komórki organizacyjne” (s. 101), „praca w zespołach” (s. 185), „proces” (s. 187), „zadaniowy czas pracy” (s. 266), „zysk” (s. 281), co – niestety – sprawia wrażenie pewnej niekonsekwencji. Można było jej uniknąć w większym stopniu, uwzględniając obcą literaturę przedmiotu, która została wykorzystana w dość ograniczonym zakresie. Na końcu publikacji zamieszczono słowniczek angielsko-polski terminów zawartych w *Leksykonie...*

Niepodważalną wartością recenzowanej pracy jest fakt zebrania w jednej, zwartej pozycji wybranych publikacji autorów reprezentujących bibliologię i informatologię, w których przedmiotem zainteresowania była adaptacja zagadnień z zakresu zarządzania i marketingu na grunt bibliotekoznawstwa, zgromadzone zaś źródła umożliwiły wyabstrahowanie haseł. Wiele terminów z zakresu nauki o zarządzaniu z łatwością weszło w dość krótkim czasie do „słownika” dyscypliny, a także znalazło zastosowanie w praktyce bibliotekarskiej, usprawniając procesy zarządcze w bibliotekach. Za przykład niechaj posłużą już na dobre zaadaptowane terminy, takie jak: „analiza SWOT” – „określająca aktualną kondycję biblioteki i jej potencjał rozwojowy” (s. 17), „marka” – „stworzona lub opracowana w celu oznaczenia usług bibliotecznych oraz odróżnienia jej od oferty konkurentów” (s. 127) czy „sponsoring” –

1 Ten i wszystkie następnne numery stron podane w nawiasach odnoszą się do recenzowanej książki.

„coraz częściej doceniany przez bibliotekarzy, jako jedna z możliwych form wsparcia biblioteki” (s. 218).

Implementacja terminów z jednej dyscypliny naukowej do drugiej wymaga czasu, bowiem nie jest procesem ani łatwym, ani tym bardziej prostym. Bardzo często nie można przenieść terminów w sposób bezpośredni, z uwagi na niezręczności z tego wynikające, a wiąże się to z koniecznością ich modyfikacji czy wręcz nowego zdefiniowania. Przykładem takiego terminu może być „klient”, który jednoznacznie kojarzony jest z nabywcą w sektorze prywatnym. Ale czy „klient” to właściwe określenie na odbiorcę usług bibliotecznych? A jeśli nie „klient”, to kto, skoro dawny „czytelnik” (s. 46) współcześnie nie jest terminem wystarczająco pojemnym, a „zbyt staromodnym” (s. 97), „użytkownik” zaś (s. 255) ściśle wydaje się przynależać do Internetu. Problemów są świadome Autorki *Leksykonu...*, nie ukrywają tu i ówdzie dylematów (s. 97), na które aktualnie nie ma właściwej i jednoznacznej odpowiedzi. Być może nadszedł czas na to, aby powstała zupełnie nowa nazwa, określająca w pełni współczesnego odbiorcę usług bibliotecznych – „bibliosument”?

Jeden termin zawarty w *vademecum* wzbudził moje szczególne zainteresowanie i czujność – co wynika pewnie z faktu bycia reprezentantem nauki o zarządzaniu – a to z uwagi na jego nie dość precyzyjne zastosowanie. Biblioteki jako publiczne instytucje kultury, dla których organizatorem jest organ administracji publicznej, nie mogą generować zysku. Ten rodzaj działalności zarezerwowany jest tylko i wyłącznie dla firm komercyjnych, działających w sektorze prywatnym. Stąd dość niefortunne jest określenie „biblioteki jako instytucje non profit”, bowiem niedochodowość bibliotek wynika już z faktu ich funkcjonowania w sektorze publicznym, który co do zasady nie jest i być nie może nastawiony na zysk. Termin „non profit” czy „non for profit” ściśle przynależy do organizacji pozarządowych (stowarzyszeń, fundacji) tworzonych oddolnie dla realizacji celów i zaspokajania potrzeb społecznych. Działalność tych organizacji z założenia nie może być dochodowa, a to z uwagi na ich społeczną, niekomercyjną, genezę.

Recenzowana publikacja wyróżnia się wśród literatury bibliotekoznawczej, a to z uwagi na obecność elementów zarządzania w dyscyplinie, w której jeszcze do nie tak dawna centralny obiekt badawczy stanowiła jedynie książka (nieco później dopiero – informacja). Wartością publikacji jest też jej forma – zebranie i opracowanie haseł w sposób syntetyczny na podstawie dotychczas wypracowanych przez dyscyplinę źródeł, a także wielość i różnorodność zawartych w *Leksykonie...* terminów. Najpewniej następne wydanie będzie wzbogacone o kolejne terminy z zakresu nauki o zarządzaniu, zaadaptowane z czasem na użytek i potrzeby bibliotekoznawstwa, a przede wszystkim zweryfikowane w praktyce. Warto przy okazji kolejnego wydania rozważyć również zamieszczenie na końcu *Leksykonu...* zbiorczego zestawienia wszystkich źródeł, które posłużyły do opracowania haseł, jak i przypisanie numerów stron poszczególnym hasłom zawartym w *Indeksie angielsko-polskim* znajdującym się na końcu publikacji, co byłoby sporym ułatwieniem dla czytelnika. Z pewnością *Leksykon...* jest pozycją obowiązkową zarówno dla kierowników, jak i pracowników wszystkich bibliotek, niezależnie od ich statusu.