

Metody  
na inkluzję  
w kulturze

# { Kultura WŁĄCZA. }

Iceland   
Liechtenstein  
Norway grants



Ministerstwo Kultury  
i Dziedzictwa Narodowego



Obszar Metropolitalny  
Gdańsk Gdynia Sopot



Det flerspråkige bibliotek



WOJEWÓDZKA I MIEJSKA  
BIBLIOTEKA PUBLICZNA  
IM. JOSEPHA CONRADA  
NORWENOWSKIEGO  
W GDAŃSKU

Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej.

Publikacja upowszechnia efekty dwóch edycji warsztatów z projektowania inkluzywnego dla bibliotek i domów kultury w Obszarze Metropolitalnym Gdańsk-Gdynia-Sopot. Publikacja powstała w ramach projektu Kultura włącza, który realizowany jest w ramach programu "Kultura" - działanie "Poprawa Dostępności do kultury i sztuki." Dofinansowanie pochodzące z Funduszy Norweskich (EOG) przyznało Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.





**Iceland**  
**Liechtenstein**  
**Norway grants**



Ministerstwo Kultury  
i Dziedzictwa Narodowego



Obszar Metropolitalny  
Gdańsk Gdynia Sopot



Det flerspråklige bibliotek



WOJEWÓDZKA I MIEJSKA  
BIBLIOTEKA PUBLICZNA  
IM. JOSEPHA CONRADA  
KORZENIOWICZOWSKIEGO  
W GDANSKU

Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej.

Publikacja upowszechnia efekty dwóch edycji warsztatów z projektowania inkluzywnego dla bibliotek i domów kultury w Obszarze Metropolitalnym Gdańsk-Gdynia-Sopot. Publikacja powstała w ramach projektu Kultura włącza, który realizowany jest w ramach programu "Kultura" - działanie "Poprawa Dostępności do kultury i sztuki." Dofinansowanie pochodzące z Funduszy Norweskich (EOG) przyznało Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

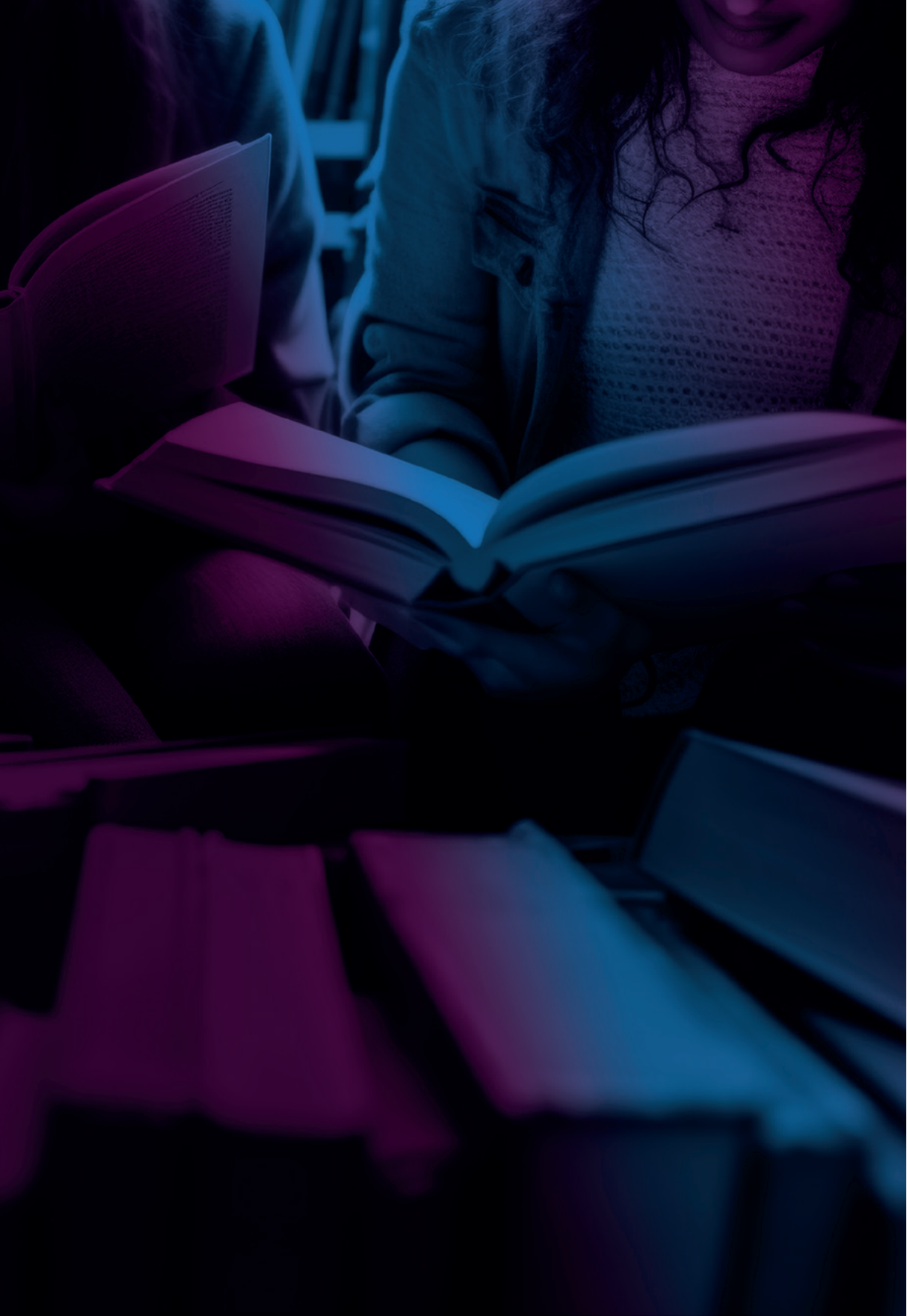


## **Kultura włącza**

Metody na inkluzję w kulturze.

© 2023 dr inż. Jacek Kotarbiński

5	Spis treści
7	<b>Wprowadzenie</b>
11	<b>Rozdział 1.</b> <b>Istota rozwoju biblioteki w oparciu o badania</b>
29	<b>Rozdział 2.</b> <b>Analiza wydarzeń i projektów</b>
31	I tura warsztatów
31	Koncepcja 1. Warsztaty „Mam moc!”
33	Koncepcja 2. Sieć ekspertów
35	Koncepcja 3. Biblioteka inspiracji
36	Koncepcja 4. Ukraińskie godziny
37	Koncepcja 5. Kapsuła czasu
39	Koncepcja 6. Klub ekspertów
40	II tura warsztatów
40	Koncepcja 7. Skrzynka do rozmowy
43	Koncepcja 8. Warsztaty dla młodzieży: zabębni z nami
45	Koncepcja 9. Strefa opiekuna: rozwiązanie dla dzieci i rodziców
46	Koncepcja 10. Nawigacja wewnątrz biblioteki
53	<b>Rozdział 3.</b> <b>Rekomendacje dla bibliotek</b>
65	<b>Zakończenie</b>



## Wprowadzenie

Świat, w którym obecnie żyjemy, charakteryzuje się nieustannymi przemianami w każdej dziedzinie życia. Biblioteki, jako instytucje od wieków pełniące istotną rolę w społeczeństwach, nie pozostają obojętne wobec tych zmian. W ciągu ostatnich lat biblioteki przeszły znaczącą metamorfozę, a pytanie, jak współczesne społeczeństwo ocenia ich odmienione oblicze, staje się coraz bardziej istotne. W obliczu powszechnego dostępu do kultury cyfrowej pojawiają się pytania dotyczące atrakcyjności bibliotek, czynników decydujących o ich przyciąganiu użytkowników oraz wpływu nowych funkcjonalności, architektury i designu na odbiór tych instytucji.

Żyjemy obecnie w erze cyfrowej, gdzie dostęp do wiedzy i kultury jest bardziej łatwiejszy niż kiedykolwiek wcześniej. Internet stał się ogromnym źródłem informacji i publikacji. W tym kontekście i z obserwacji rynku, rola tradycyjnych bibliotek bywa kwestionowana, jednakże przeszły one znaczące zmiany, aby pozostać ważnymi instytucjami w dzisiejszym świecie.

Biblioteki od wieków pełniły niezastąpioną rolę jako ośrodki kultury, wiedzy i edukacji. Jednakże w XXI wieku, w obliczu dynamicznych zmian społecznych, nowoczesne biblioteki przekształciły się w przestrzenie, które odzwierciedlają nowe potrzeby i trendy społeczeństwa. Dzisiejsza biblioteka to nie tylko magazyn książek, ale także centrum kulturalne, społeczne i edukacyjne, które doskonale integruje się z wyzwaniami współczesnego świata.

Jednym z głównych trendów zmian społecznych, które kształtują współczesne biblioteki, jest rosnące znaczenie technologii. W erze cyfrowej, biblioteki stały się przewodnikami w dziedzinie dostępu do informacji online, cyfrowych zasobów i nowoczesnych narzędzi edukacyjnych. Dzięki bezpłatnemu dostępowi do internetu i elektronicznym zasobom, umożliwiają wszystkim, niezależnie od swojego statusu społecznego czy ekonomicznego, korzystanie z wiedzy i kultury. To szczególnie ważne w kontekście wzrostu znaczenia edukacji online i pracy zdalnej, dotyczy już bibliotek na świecie, które stają się centrami wiedzy

Istotnym trendem jest rosnąca różnorodność kulturowa i społeczna. Nowoczesne biblioteki stają się miejscami, które promują różnorodność i inkluzywność. Organizują one spotkania, wystawy, warsztaty i wydarzenia kulturowe, które wspierają różnorodność kultur, języków i tradycji. To sprzyja integracji społeczeństwa i budowaniu mostów między różnymi grupami ludzi.

Biblioteki skupiają się dziś na rozwijaniu kompetencji społecznych i cyfrowych swoich użytkowników. Wprowadzają programy szkoleniowe, które uczą radzenia sobie z informacjami, krytycznego myślenia i efektywnego korzystania z technologii. W erze dezinformacji i fake

newsów, umiejętność rozróżniania prawdziwych źródeł informacji od fałszywych staje się kluczową umiejętnością społeczną.

Ważnym aspektem nowoczesnych bibliotek jest ich rola jako miejsc spotkań społecznych. Biblioteki zapewniają przestrzenie, które są otwarte dla wszystkich. Działają w nich kawiarnie, przestrzenie coworkingowe i sale spotkań, co przyciąga zarówno młodszych, jak i starszych użytkowników.

Współczesne biblioteki organizują czytelnicze kluby, spotkania autorskie, prezentacje nowości wydawniczych i wiele innych wydarzeń, które zachęcają do czytania i eksplorowania literatury. W ten sposób wspierają rozwijanie umiejętności czytania i analizy tekstu, co jest istotne w erze informacji.

Jednym z kluczowych czynników przyciągających użytkowników do bibliotek w erze cyfrowej jest dostępność zasobów online. Biblioteki, oferując dostęp do e-booków, baz danych, czasopism elektronicznych i innych cyfrowych zasobów, stają się wirtualnymi bramami do wiedzy. Umożliwiają one użytkownikom korzystanie z materiałów z dowolnego miejsca i o każdej porze, co jest niezwykle atrakcyjne w dzisiejszym szybkim tempie życia.

Nowe technologie wprowadzane do bibliotek pozwalają na rozwijanie innowacyjnych funkcji. Przykłady to dostęp do 3D-drukarek, maker spaces, czyli przestrzeni do tworzenia własnych projektów, oraz rozszerzonej rzeczywistości, które uczyniły biblioteki miejscem interaktywnym i inspirującym.

Architektura i design bibliotek także mają wpływ na ich atrakcyjność. Nowoczesne, otwarte i przyjazne przestrzenie zachęcają użytkowników do spędzania czasu w bibliotekach. Kreatywne rozwiązania architektoniczne przekształcają te instytucje w miejsca spotkań społeczności, co podkreśla ich znaczenie jako centrum kulturalnego.

W erze globalnego społeczeństwa sieci, opinie o bibliotekach kształtowane są przez różnorodne czynniki, w tym kulturowe, społeczne i ekonomiczne. Wielokrotne zmiany w technologii i dostępie do informacji oznaczają, że biblioteki muszą być elastyczne i reagować na zmieniające się potrzeby swoich użytkowników.

Mimo tych ewolucyjnych zmian, biblioteki nadal zachowują swoje fundamentalne funkcje: gromadzenie, opracowywanie i udostępnianie księgozbioru. Jednak obecnie robią to szybciej i bardziej efektywnie niż kiedykolwiek wcześniej, co pozwala na zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania na wiedzę.

Biblioteki przeszły znaczącą metamorfozę w erze cyfrowej, dostosowując się do nowych wyzwań i możliwości. Są one nadal ważnymi instytucjami, przyciągającymi użytkowników dzięki dostępowi do wirtualnych zasobów, nowoczesnym funkcjom i atrakcyjnym przestrzeniom. Jednak ich przyszłość zależy od ich zdolności do dostosowywania się do zmieniających się potrzeb społeczeństwa i ciągłego rozwoju, aby pozostać inspirującymi i w pełni funkcjonalnymi instytucjami kulturalnymi.

Kluczowym wyzwaniem współczesnego świata jest kreowanie konsumentów kultury. Konsument kultury to osoba lub grupa osób, która angażuje się w proces odbioru, rozumienia



i czerpania przyjemności z różnych form kultury, takich jak literatura, sztuka, muzyka, film, teatr, telewizja, gry wideo, moda, jedzenie, i wiele innych. Konsument kultury może być pasywnym obserwatorem lub aktywnym uczestnikiem różnych wydarzeń i działań kulturalnych. Znaczenie konsumenta kultury jest wielopłaszczyznowe i istotne zarówno dla samych konsumentów, jak i dla twórców oraz przemysłów kulturalnych.

Należy do nich m.in.:

- Wzbogacanie życia. Kultura w różnych formach dostarcza rozrywki, emocji, inspiracji i wiedzy. Konsument kultury ma możliwość eksplorowania różnorodnych aspektów ludzkiej twórczości i doświadczania ich.
- Wspieranie twórców. Konsumując kulturę, ludzie wspierają twórców, artystów, pisarzy, reżyserów, muzyków itp. Poprzez zakup ich dzieł lub udział w wydarzeniach kulturalnych.
- Kształtowanie tożsamości. Kultura wpływa na kształtowanie tożsamości jednostki i grup społecznych. To, co konsumujemy kulturowo, może wpływać na nasze przekonania, wartości i poczucie przynależności kulturowej.
- Kreowanie trendów. Konsument kultury ma wpływ na to, co staje się popularne i modne w danym czasie. Poprzez swoje wybory i preferencje, może wpływać na kształtowanie trendów kulturalnych.
- Dialog międzykulturowy. Konsumowanie kultury z różnych części świata może sprzyjać zrozumieniu innych kultur i promować dialog międzykulturowy, co jest istotne dla budowania tolerancji i wzajemnego szacunku.
- Ekonomia kulturalna. Konsumpcja kultury ma ogromne znaczenie dla przemysłów kulturalnych, takich jak przemysł filmowy, muzyczny, wydawniczy czy sztuk wizualnych. Wpływa na generowanie dochodów, zatrudnienie i rozwijanie sektora kreatywnego.
- Wyrażanie indywidualności. Konsument kultury może wyrażać swoją indywidualność i osobiste preferencje poprzez wybory kulturowe, co może być formą samoekspresji.

Konsument kultury odgrywa istotną rolę w społeczeństwie, wpływając na kształtowanie kultury, gospodarki i tożsamości. Jego wybory i działania mają znaczący wpływ na rozwijający się krajobraz kulturowy i społeczny.



## Rozdział 1.

### Istota rozwoju biblioteki w oparciu o badania

Pojęcie culture industry (przemysł kultury) użyli po raz pierwszy w 1947 r. Theodor Adorno i Max Horkheimer w odniesieniu do masowej produkcji wystandaryzowanych dóbr kultury<sup>1</sup>. Według badań Instytutu Badań Strukturalnych, pozycja bibliotek jest dość silna<sup>2</sup>. Badacze zaliczają biblioteki do kręgu określanego „jądrem kreatywności” bądź „rdzeniem kreatywności”<sup>3</sup>. Biblioteki stały się centralnym punktem sektora.

Aby zabezpieczyć trwałość i dominującą pozycję biblioteki jako instytucji kultury masowej w dziedzinie udostępniania dóbr kultury masowej odbiorcy, konieczne jest przyjęcie strategii, która uwzględni ewolucję wymagań współczesnej publiczności oraz dynamiczne zmiany społeczno-kulturowe. Osiągnięcie tego celu wymaga przekształcenia tych instytucji w nowoczesne centra wiedzy, informacji i kultury, atrakcyjne dla odwiedzających oraz przystosowane do zmieniających się okoliczności.

Kluczowym aspektem jest elastyczne projektowanie przestrzeni, umożliwiające dostosowywanie się do różnych potrzeb i trendów. To przekształcenie musi skoncentrować się na użytkowniku, który staje się centralnym punktem działalności instytucji kultury. Wprowadzenie interaktywnych i angażujących rozwiązań, które umożliwią odwiedzającym naukę, eksperymentowanie i uczestnictwo, powinno być priorytetem.

Jednym z kluczowych czynników przyciągających nowych odbiorców może być różnorodność oferty. Bogaty księgozbiór pozostaje ważny, ale nie może być jedynym czynnikiem przyciągającym. Ważne jest, aby instytucje kultury masowej oferowały także unikalny design, nowatorskie rozwiązania technologiczne, interaktywne wystawy, warsztaty, wydarzenia kulturalne i edukacyjne. Różnorodność działań i treści może przyciągnąć różne grupy odbiorców, zachęcając ich do regularnych odwiedzin.

1. Horkheimer, Max, Adorno, Theodor, *Dialectic of enlightenment. Philosophical fragments*, Stanford: Stanford University Press, 2002, s. 94-137.

2. Osłowska, Iwona, *Biblioteki - nowoczesne przestrzenie kultury*, Przegląd biblioteczny, 2018, s. 556.

3. *Ibidem*.

Kluczowa jest komunikacja skierowana do różnych grup społecznych (młodzież, seniorzy, imigranci, osoby z niepełnosprawnościami itp.) i wykorzystaniu mediów społecznościowych czy nowych technologii komunikacyjnych do promocji i interakcji z publicznością. Kreowanie interaktywnych platform online, umożliwiających dostęp do zasobów kulturalnych i wymianę opinii, może pomóc w utrzymaniu aktywnego zainteresowania biblioteką.

Warto również inwestować w analizowanie trendów społecznych, szczególnie lokalnych i analizy trendów kulturowych, aby na bieżąco dostosowywać ofertę i strategię do zmieniających się preferencji odbiorców. To podejście pozwala bibliotekom utrzymać swoją pozycję i pozostać w czołówce w dziedzinie udostępniania dóbr kultury masowemu odbiorcy w erze cyfrowej i dynamicznie zmieniającej się społeczności.

Warto podkreślić, że rola bibliotek w przeciągu ostatnich dekad uległa zasadniczym zmianom. Z miejsca wypożyczania książek, stają się miejscami konsumowania kultury na wielu różnych płaszczyznach. Jednocześnie możliwości medialne, związane ze współczesnym trybem życia uległy diametralnym zmianom, czego powodem jest przede wszystkim konkurowanie o czas wolny każdego człowieka.

Konkurencja o nasz cenny zasób, jakim jest ludzki czas, jest nieustanną rzeczywistością w dzisiejszym świecie. W miarę jak społeczeństwa stają się coraz bardziej zapracowane i zglobalizowane, ludzie mają do wyboru coraz więcej różnorodnych ofert spędzania wolnego czasu. To zjawisko ma ogromny wpływ na nasze życie i podejmowanie codziennych decyzji.

Pierwszym czynnikiem, który wpływa na konkurencję między różnymi ofertami spędzania wolnego czasu, jest różnorodność opcji dostępnych dla ludzi. W dzisiejszym świecie mamy dostęp do wielu różnych form rozrywki i spędzania czasu, takich jak kino, teatr, koncerty, hobby i pasje, treści internetowe, gry komputerowe, wystawy, sporty, podróże, czy relaks w domu. Jesteśmy bombardowani różnymi możliwościami, które konkurują o naszą uwagę i czas.

*Agnieszka Mróz: „Biblioteki często mają bogatą ofertę: jest prasa, są gry planszowe, czasem płyty winylowej, można otrzymać kody do Legimi, więc ta oferta jest w porządku. Inną sprawą jest to jak biblioteki są postrzegane na zewnątrz. Robiłam kiedyś badania dla jednej z bibliotek. Szczególnie interesowały nas osoby dorosłe, które kupują książki, ale ich nie wypożyczają. Okazało się, że nie odwiedzają bibliotek m.in. dlatego, że w ich głowach to cały czas miejsca z poprzedniej epoki.*

*Tymczasem dziś często są to nowoczesne przestrzenie. Z jednej strony więc działania bibliotek to aktualizacja oferty i dopasowywanie ich do zmieniającego się otoczenia, z drugiej komunikowanie tej oferty, przestawianie stereotypów. Docieranie do osób, które potencjalnie są zainteresowane, ale które nawet nie myślą o tej ofercie, bo nie traktują jej jako czegoś atrakcyjnego.”*

## Technologie

Istotnym aspektem jest rozwój technologii i mediów społecznościowych. Współczesna technologia umożliwia nam dostęp do rozrywki i informacji praktycznie w dowolnym miejscu i czasie. Z jednej strony jest to ogromna wygoda, ale z drugiej strony może to być także pułapką, która pochłania nasz czas w sposób niezauważalny. Media społecznościowe, gry komputerowe i strumienie wideo są przykładem tego, jak technologia może konkurować z tradycyjnymi formami spędzania czasu.

Kolejnym istotnym czynnikiem konkurencji o ludzki czas jest presja społeczna i kulturowa. Społeczeństwo często narzuca nam pewne oczekiwania co do tego, jak powinniśmy spędzać nasz wolny czas. Może to powodować presję na uczestniczenie w określonych aktywnościach lub wydarzeniach społecznych, nawet jeśli nie są one zgodne z naszymi własnymi preferencjami.

Ekonomia również odgrywa ważną rolę w konkurencji o nasz czas. Współczesne społeczeństwa oparte są na gospodarce rynkowej, co oznacza, że wiele ofert spędzania czasu jest płatnych. Ludzie muszą wybierać między różnymi opcjami, uwzględniając swoje zasoby finansowe. To może wpływać na to, jak często i w jakim stopniu korzystamy z różnych form rozrywki.

W konkurencji o ludzki czas istnieje wiele czynników, które wpływają na nasze decyzje i wybory. Różnorodność opcji, rozwijająca się technologia, presja społeczna, ekonomia i zdrowie to tylko niektóre z tych czynników. Nasze decyzje dotyczące spędzania czasu mają wpływ na nasze życie i jakość życia. Dlatego ważne jest, aby być świadomym tych czynników i dokonywać świadomych wyborów, które są zgodne z naszymi własnymi wartościami i celami życiowymi.

## Projektowanie

W ostatniej dekadzie sektor publiczny znacząco uświadomił sobie potencjalne korzyści wynikające z implementacji projektowania usług (service design) w ramach procesów dostarczania usług, w tym także tych skierowanych do instytucji bibliotecznych. Obecnie rozwijane nowe instytucje biblioteczne stanowią doskonały przykład tego trendu, gdyż w ich koncepcji i realizacji uwzględnia się precyzyjnie określone oczekiwania lokalnych społeczności, które będą korzystać z tych instytucji przez długie lata. Jednakże nadal istnieje wiele bibliotek, zwłaszcza tych zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach, które wymagają gruntownej restrukturyzacji i dostosowania do ewoluujących potrzeb społecznych<sup>4</sup>.

W kontekście tych wyzwań, podejście projektowania usług staje się kluczowym narzędziem. Przede wszystkim, proces projektowania usług pozwala na dokładne zrozumienie bieżących problemów i potrzeb społeczności korzystających z bibliotek, jak również identyfikację potencjalnych obszarów, które wymagają udoskonalenia lub innowacji.

Projektowanie usług stawia na pierwszym planie człowieka i jego doświadczenia. Poprzez badania, analizę danych oraz bezpośredni dialog z użytkownikami, projektanci usług zdobywają cenne wglądy, które pozwalają na precyzyjne zdefiniowanie problemów oraz określenie priorytetów. Projektowanie to szukanie rozwiązań na przecięciu potrzeb odbiorców i celów instytucji, z równoczesnym uwzględnieniem możliwości usługodawcy i jego potencjału.

4 *Ibidem*, s. 558

W efekcie, projektowanie usług stawia na optymalne dostosowanie oferty bibliotecznej do aktualnych i przyszłych potrzeb społeczności.

Niezwykle istotnym aspektem projektowania usług jest także proces tworzenia rozwiązań. Projektanci usług pracują nad opracowaniem innowacyjnych strategii, które mogą obejmować zmiany w organizacji bibliotek, dostępie do zasobów, interakcji z użytkownikami oraz interfejsów cyfrowych. Wszystko to ma na celu stworzenie bardziej efektywnych i atrakcyjnych usług bibliotecznych.

## Zbiory

Obecne biblioteki stanowią integralny element intelektualnej przestrzeni, która umożliwia dogłębne eksplorowanie epok historycznych. Otwierają swoje drzwi zarówno dla entuzjastów e-booków, jak i dla miłośników tradycyjnych publikacji książkowych. Coraz częściej, w dążeniu do dostarczania czytelnikom jak najszerszej gamy zasobów, udostępniają również księgozbiory w wolnym dostępie, które nieuchronnie przewyższają elektroniczne katalogi biblioteczne. Pomimo że katalogi elektroniczne zapewniają efektywne narzędzie do odnajdywania konkretnych pozycji, nie dają one przestrzeni na przypadkowe i niezaplanowane odkrycia. Biblioteki, z drugiej strony, oferują wyjątkową możliwość przypadkowej intelektualnej wędrówki. Możemy tu natknąć się na tytuły, które nie byłyby naszymi pierwszymi wyborami, a jednak stanowią cenne źródło wiedzy i inspiracji.

Iwona Osłowska opisuje swoje wrażenia w następujący sposób: „W niektórych placówkach prawie wszystkie zbiory zlokalizowano właśnie w wolnym dostępie (Biblioteka London School of Economics, [www.lse.ac.uk/library](http://www.lse.ac.uk/library); Biblioteka Politechniki Brandenburskiej w Cottbus, ([www.b-tu.de/en/bibliothek](http://www.b-tu.de/en/bibliothek)). Użytkownikowi tę wędrówkę po zasobie, dodatkowo ma uatrakcyjnić oryginalna i piękna architektura, zajmująca aranżacja przestrzeni (np. „wieża książek” w nowej British Library w Londynie; projekt Colin St John Wilson, <https://www.bl.uk/>) oraz wyposażenie, kolorystyka, np. w bibliotece uniwersyteckiej w Utrechcie, mamy dominację koloru czarnego, białego i czerwonego (Biblioteka Uniwersytecka)<sup>5</sup>.

Współczesny kontekst zdominowany przez media elektroniczne sugeruje, że tradycyjne biblioteki mogą tracić na znaczeniu. Digitalizacja, choć z pewnością ułatwia dostęp do zbiorów książek, nie jest w stanie zastąpić integralnego aspektu związanego z bezpośrednim oddziaływaniem między czytelnikiem a książką. Jednakże, obecnie coraz częściej to nie tylko książki stanowią motywację do odwiedzania bibliotek. Ludzie często sięgają po biblioteki z powodu atrakcyjnych ofert kulturalnych i edukacyjnych, które instytucje te starają się dostosować do wymagań rynku oraz oczekiwań swoich użytkowników. W celu pozyskania coraz szerszą publiczność, biblioteki, jak wiele innych instytucji publicznych, muszą zmieniać swój model działania i przekształcać swoją przestrzeń, która niegdyś była jednorodna, w dynamiczne środowisko.

5 *Ibidem*, s. 561.

## Spółeczności i innowacje

Współczesne biblioteki muszą działać jako centra kultury, edukacji i wspólnoty, oferując różnorodne usługi i programy, które przyciągają różne grupy społeczne. To miejsca, gdzie można uczestniczyć w wykładach, warsztatach, wystawach i innych wydarzeniach kulturalnych. Biblioteki stają się także przestrzenią do pracy, nauki i twórczości, oferując dostęp do komputerów, narzędzi edukacyjnych i materiałów do samokształcenia.

Aby sprostać tym nowym wyzwaniom, biblioteki muszą inwestować w nowoczesne technologie, zapewniać dostęp do e-zasobów oraz rozwijać programy cyfrowej kompetencji. Jednocześnie nie mogą zapominać o promocji czytelnictwa i kultury czytelniczkiej jako fundamentów swojej działalności.

Przemiana tradycyjnych bibliotek w dynamiczne centra kultury i edukacji jest nie tylko możliwa, ale także niezbędna w obliczu zmieniających się potrzeb społeczeństwa. Biblioteki muszą pozostać elastyczne, aby nadal pełnić swoją rolę jako kluczowe instytucje wspierające rozwój społeczeństwa w erze mediów elektronicznych.

*Design thinking* zwany również myśleniem projektowym to interdyscyplinarna metoda kreowania innowacji, która ma zastosowanie w różnych dziedzinach, w tym także w bibliotekarstwie. W kontekście współczesnych bibliotek warto zaznaczyć, że *design thinking* może odegrać istotną rolę w kształtowaniu ich wizerunku oraz dostarczaniu bardziej efektywnych usług czytelnikom<sup>6</sup>. *Design thinking*, jako podejście skoncentrowane na użytkowniku, może być skutecznym narzędziem w identyfikowaniu potrzeb odbiorców i tworzeniu innowacyjnych rozwiązań. Jednym z kluczowych elementów *design thinking* jest skupienie na użytkowniku jako ostatecznym odbiorcy usługi. To oznacza, że projektanci bibliotek muszą aktywnie słuchać i rozumieć potrzeby czytelników, aby dostosować swoje działania do tych potrzeb. Metoda ta zachęca do wyznaczania kierunku rozwoju bibliotek, poprzez identyfikację obszarów wymagających ulepszeń w organizacji i funkcjonowaniu biblioteki. Zastosowanie *design thinking* w bibliotekarstwie może manifestować się w różnych działaniach. Może to obejmować projektowanie aranżacji wnętrza biblioteki, by stworzyć przyjazne i inspirujące miejsce dla czytelników. Innym przykładem może być oznaczenie budynku zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz, aby ułatwić nawigację użytkownikom i sprawić, że biblioteka stanie się bardziej dostępna. Dodatkowo *design thinking* może być stosowany do opracowywania innowacyjnych rozwiązań online, takich jak witryny internetowe, które zapewniają łatwy dostęp do zasobów i usług bibliotecznych.

Koncepcja *design thinking* jest jednym z narzędzi, które wykorzystywane jest w kształtowaniu tzw. przemysłów kreatywnych, a biblioteki jako miejsca kultury, są istotnym czynnikiem rozwojowym. Przemysły kreatywne mają ogromne znaczenie dla gospodarki, kultury i społeczeństwa. Są to sektory, które opierają się głównie na tworzeniu, produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które wykorzystują kreatywność, wiedzę i umiejętności artystyczne.

Pojęcie „przemysł kreatywny” zostało wprowadzone i szeroko omówione przez brytyjskiego ekonomistę Johna Howkinsa. John Howkins opublikował książkę pt. „The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” (pol. „Gospodarka kreatywna: Jak ludzie zarabiają na

6 *Ibidem*, s. 566



pomysłach”) w 2001 roku, w której analizował rosnącą rolę sektora kreatywnego w gospodarce światowej. Jego prace miały duży wpływ na rozwijanie koncepcji przemysłu kreatywnego jako istotnego elementu gospodarki opartej na tworzeniu i wykorzystywaniu pomysłów, kreatywności oraz własności intelektualnej.

Pojęcie odnosi się do szerokiego zakresu dziedzin, w których kreatywność i pomysłowość odgrywają kluczową rolę, takich jak sztuka, design, muzyka, film, literatura, reklama, architektura, technologia i wiele innych. John Howkins przyczynił się do zrozumienia, jak te dziedziny mogą generować wartość ekonomiczną i wpływać na rozwój gospodarki.

Biblioteki są nieocenionym źródłem informacji dla osób zainteresowanych rozwijaniem swoich umiejętności w dziedzinach takich jak literatura, historia, nauka czy sztuka. Przemysły kreatywne, takie jak film, sztuka plastyczna, muzyka czy literatura, czerpią z tego bogactwa wiedzy, inspirując się przeszłością, eksplorując różne kultury i wzbogacając swoje dzieła.

Biblioteki nie tylko przechowują wiedzę, ale także umożliwiają jej tworzenie i rozwijanie. To miejsca, gdzie naukowcy, pisarze, artyści i inni twórcy mogą przeprowadzać badania, eksperymentować i rozwijać swoje pomysły. Dostęp do baz danych, archiwów i specjalistycznych zbiorów pozwala na głębsze zrozumienie tematu oraz na wykorzystanie nowych perspektyw. Przykładem może być badanie historyczne, które może dostarczyć inspiracji dla twórców filmowych lub literackich, lub też badanie naukowe, które może prowadzić do odkrycia nowych technologii w przemyśle kreatywnym.

Biblioteki często organizują spotkania, wykłady, wystawy i inne wydarzenia, które promują kreatywność i wymianę pomysłów. To miejsca, gdzie twórcy różnych dziedzin mogą spotkać się, dzielić swoimi doświadczeniami i inicjować wspólne projekty. Współpraca między naukowcami, artystami, pisarzami i innymi twórcami może prowadzić do powstania innowacyjnych dzieł i rozwoju przemysłów kreatywnych.

Koncepcja „trzeciego miejsca” autorstwa Raymonda Oldenburga to teoria, która ma istotne znaczenie w kontekście społeczności i przestrzeni publicznej<sup>7</sup>. Skupia się na roli miejsc społecznych, które są nieformalnymi, otwartymi dla wszystkich przestrzeniami, gdzie ludzie mogą się spotykać, rozmawiać i budować więzi. Jednym z najważniejszych aspektów tej koncepcji jest pojęcie biblioteki jako trzeciego miejsca, co oznacza, że biblioteka może pełnić rolę centralnego punktu społecznego życia, obok domu (pierwsze miejsce) i pracy (drugie miejsce).

Biblioteka jako trzecie miejsce jest miejscem, które jest dostępne dla wszystkich członków społeczeństwa bez względu na ich status społeczny, wiek czy pochodzenie. To przestrzeń, w której każdy może znaleźć coś dla siebie, niezależnie od celu wizyty. W bibliotece można czytać książki, korzystać z komputerów, uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych, spotykać się z innymi ludźmi i wiele innych. Jest to miejsce, które nie narzuca żadnych ograniczeń ani presji i stwarza atmosferę otwartości i akceptacji.

Jednym z ważnych aspektów koncepcji Oldenburga jest idea, że trzecie miejsce jest istotne dla rozwoju społeczności. Biblioteka może pełnić tę rolę, tworząc warunki do budowania więzi międzyludzkich i wspierające integrację społeczną. Ludzie, którzy odwiedzają bibliotekę

<sup>7</sup> Oldenburg, Ray, *The great good place : cafés, coffee, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*, Nowy Jork, Da Capo Press, 1999.



regularnie, mają okazję poznać innych członków społeczności, wymieniać się pomysłami i doświadczeniami, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do tworzenia silniejszych i bardziej zjednoczonych społeczności.

Koncepcja trzeciego miejsca w bibliotece podkreśla również rolę bibliotekarzy jako mediatorów społecznych. Bibliotekarze nie tylko udostępniają zasoby i pomagają czytelnikom znaleźć potrzebne informacje, ale także tworzą atmosferę przyjazności i wsparcia. Są to osoby, które pomagają w budowaniu społeczności, organizując różnorodne wydarzenia i programy kulturalne, które przyciągają ludzi do biblioteki.

Idea Oldenburga jest szczególnie ważna w dzisiejszym świecie, w którym technologia coraz bardziej izoluje ludzi i sprawia, że coraz więcej czasu spędzamy wirtualnie. Biblioteka jako trzecie miejsce przypomina nam, jak istotne jest zachowanie prawdziwych, osobistych kontaktów i wspólnego spędzania czasu.

Koncepcja otwartego dostępu (Open Access, OA) w sektorze bibliotecznym ma na celu zapewnienie swobodnego dostępu do wiedzy i informacji naukowej, edukacyjnej oraz kulturowej bez żadnych ograniczeń finansowych lub technicznych. Oznacza to, że zasoby takie jak artykuły naukowe, raporty badawcze, książki, dane naukowe i inne materiały są udostępniane publicznie i bezpłatnie lub przynajmniej bez kosztów dostępu.

### Dostępność zasobów

Głównymi cechami idei otwartego dostępu w sektorze bibliotecznym są:

- Darmowy dostęp. Materiały dostępne w ramach otwartego dostępu są bezpłatnie dostępne dla każdego, kto ma dostęp do Internetu. Oznacza to, że nie trzeba płacić za dostęp do tych zasobów.
- Dostępność dla wszystkich. Idea otwartego dostępu ma na celu wyeliminowanie barier dostępu do wiedzy. Dzięki temu wszyscy, niezależnie od swojego położenia geograficznego, przynależności instytucjonalnej czy statusu finansowego, mogą korzystać z tych zasobów.
- Otwarte licencje. Materiały udostępniane w ramach otwartego dostępu zazwyczaj są opublikowane na licencjach, które pozwalają na swobodne korzystanie, udostępnianie, modyfikację i ponowne wykorzystywanie treści, przy zachowaniu odpowiednich praw autorskich i wymagań licencyjnych.

Agnieszka Mróz:

*„Dawaliśmy bibliotekarzom narzędzia, które pozwoliły zdefiniować odbiorców. Zacząć myśleć przez pryzmat ich potrzeb. Dawaliśmy narzędzia, które pozwalają generować rozwiązania, wychodzić poza te pierwsze z brzegu, które przychodzą do głowy. Próbowaliśmy krzewić kulturę testowania, eksperymentowania, robienia pilotaży. Pokazywać, że badania nie zawsze muszą być jakimś wielkim, kosztownym procesem i wiele z nich można zrobić własnym sumptem.”*

- Rozpowszechnianie nauki. Otwarty dostęp przyczynia się do rozpowszechniania wyników badań naukowych i naukowych osiągnięć, co przyspiesza postęp wiedzy i umożliwia współpracę międzynarodową.
- Długoterminowy dostęp. Materiały dostępne w ramach otwartego dostępu są zazwyczaj przechowywane na trwałych platformach, aby zapewnić długoterminowy dostęp do nich.

Idea otwartego dostępu jest szeroko akceptowana i promowana wśród bibliotekarzy, badaczy, instytucji naukowych i społeczeństwa jako sposób na zwiększenie dostępności do wiedzy i przyspieszenie postępu naukowego oraz edukacyjnego. Istnieją różne modele otwartego dostępu, w tym zielony otwarty dostęp (green OA), złoty otwarty dostęp (gold OA) i wiele innych, które różnią się szczegółami implementacji, ale wszystkie te modele mają na celu promowanie swobodnego dostępu do wiedzy.

Przykładowo, ideę otwartego dostępu wspiera z roku na rok coraz więcej instytucji m.in.<sup>8</sup>:

- nowojorska Biblioteka Publiczna (obecnie udostępnia online już ponad 800 tys. obiektów, w przeważającej mierze fotografii, partycypuje w Wikiprojekcie NYPL, <https://www.nypl.org>),
- Narodowa Biblioteka w Queensland w Australii (pokazuje online od 2010 r. m.in. fotografie dokumentujące historię miasta, [www.slq.qld.gov.au/services/library.australian-library-of-art.](http://www.slq.qld.gov.au/services/library.australian-library-of-art.)),
- Instytut Józefa Piłsudskiego w Ameryce (<https://www.Piłsudski.org.pl>),
- Biblioteka Narodowa w Warszawie wraz z jej cyfrowym portalem POLONA,
- współpracę mającą na celu dzielenie się specjalistyczną wiedzą i podejmowanie wspólnych projektów badawczych nawiązały m.in. British Columbia Museums Association (BCMA), British Columbia Library Association (BCLA) i Archives Association of British Columbia (AABC),
- zbiory udostępniają muzea np. Metropolitan Museum of Art w Nowym Jorku, które od 2017 r. zgromadziło w otwartym dostępie ponad 450 tys. obiektów. Jest to wspólny projekt Muzeum i Wikipedii („Metify the Wiki”).

Biblioteki jako instytucje otwarte na kontakty z szeroko rozumianym otoczeniem społecznym i nastawione na świadczenie usług niezależnie od statusu klienta (ekonomicznego, kulturowego, społecznego itp.), stoją przed wyzwaniem różnorodności i wielokulturowości, które będą musiały skonfrontować się w najbliższych latach, choć część z nich już teraz podejmuje te działania. Różnorodność oznacza obecność różnic w postawach, zachowaniach, zwyczajach, doświadczeniach i przekonaniach ludzi, którzy współpracują ze sobą, spędzają czas razem, mieszkają lub korzystają z tych samych usług, takich jak instytucje kulturalne. Różnorodność może także wyrażać się w płci, pochodzeniu, wieku i wielu innych czynnikach, które wpływają na to, jak ludzie się zachowują i jakie mają zwyczaje. Te różnice mogą wywoływać lęk, obawy, niepewność i dystans między ludźmi, ale także zaciekawienie i chęć zrozumienia innych kultur i ludzi. Dlatego tak istotne jest, aby biblioteki działając coraz częściej w otoczeniu wielokulturowym, przyczyniały się do budowania porozumienia i akceptacji, które są niezbędne do sprawnego i harmonijnego funkcjonowania społeczeństwa.

8 Ostowska, Iwona, *Biblioteki ..., op.cit.* s. 572-573.

## Różnorodność i międzykulturowość

Zrozumienie oparte na wiedzy i świadomości może pomóc w rozwiązywaniu konfliktów i ograniczać dążenie do dominacji przez wybrane grupy społeczne i etniczne, a także narzucanie własnych norm, przekonań i zwyczajów. Dlatego organizacje bibliotekarskie aktywnie dążą do tego, aby biblioteki pełniły rolę edukacyjną w swoich lokalnych społecznościach w zakresie różnorodności i wielokulturowości. W ten sposób biblioteki mogą przyczynić się do budowania bardziej otwartego, rozumiałego i tolerancyjnego społeczeństwa, w którym różnorodność jest traktowana jako bogactwo, a nie jako źródło konfliktów.

Edukacja międzykulturowa stanowi obszar praktyki społecznej o fundamentach pedagogicznych, cechujący się głównym celem odczytywania oraz zrozumienia zachowań zbiorowości społecznych, które funkcjonują w kontekście społeczności wielokulturowych. Te społeczności charakteryzują się zróżnicowanymi aspektami, takimi jak pochodzenie etniczne, kultura, wyznawane religie i wiele innych. Edukacja międzykulturowa ma za zadanie przekazywać wiedzę na temat różnych kultur oraz ludzi, którzy te kultury tworzą. Jej celem jest także wzajemne wzbogacanie tych kultur oraz poszukiwanie wspólnych punktów odniesienia w dziedzinie aksjologii<sup>9</sup>.

Ważnym aspektem edukacji międzykulturowej jest kształtowanie postaw otwartości i tolerancji wobec innych kultur oraz jednostek reprezentujących te kultury. Poprzez edukację międzykulturową dąży się do przełamywania stereotypów i uprzedzeń, które mogą istnieć w społeczeństwie. Jednocześnie promuje się współpracę między różnymi grupami społecznymi, dążąc do budowania spójności i zrozumienia w wielokulturowym społeczeństwie.

Wśród celów biblioteki wielokulturowej w Manifeście UNESCO/IFLA wymienia się wypełnianie podstawowych zadań związanych z informacją, alfabetyzacją, edukacją i kulturą. Manifest UNESCO/IFLA w sprawie Bibliotek Wielokulturowych przyjęty w 1994 roku określa zasady i cele działania bibliotek, które dążą do promowania różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego. Według tego manifestu, cele bibliotek wielokulturowych obejmują:

- Zachowanie i promowanie dziedzictwa kulturowego. Biblioteki wielokulturowe mają za zadanie gromadzić, przechowywać i udostępniać materiały kulturowe różnych grup etnicznych, religijnych i kulturowych, aby zachować ich dziedzictwo i historię.
- Wspieranie różnorodności kulturowej. Biblioteki wielokulturowe powinny działać jako miejsca, w których różnorodne kultury są akceptowane i doceniane. Mają one promować zrozumienie i tolerancję między różnymi grupami ludności.
- Wspieranie dialogu międzykulturowego. Biblioteki wielokulturowe powinny organizować wydarzenia, programy i wystawy, które promują dialog i wymianę między różnymi kulturami. Mają one być miejscem spotkań, gdzie ludzie mogą uczyć się o innych kulturach i nawiązywać kontakty międzykulturowe.
- Zapewnienie dostępu do informacji. Biblioteki wielokulturowe mają za zadanie zapewnić dostęp do różnorodnych źródeł informacji, w tym do materiałów w językach mniejszościowych i z mniejszych kultur, aby promować równość i różnorodność w dostępie do wiedzy.

<sup>9</sup> Lewowicki Tadeusz. *Cztery spojrzenia na wielokulturowość i edukację międzykulturową*. Pogranicze. Studia Społeczne. 2011, t. 17, s. 28- 38.

- Edukacja i promowanie kultury. Biblioteki wielokulturowe powinny być miejscem edukacji i promocji kultury. Mogą organizować kursy, warsztaty i prezentacje, aby pomóc ludziom zrozumieć i docenić różnorodność kulturową.
- Współpraca międzynarodowa. Biblioteki wielokulturowe powinny współpracować z innymi instytucjami kultury i edukacji, zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym, aby wymieniać się doświadczeniami i wspierać cele manifestu.

Manifest UNESCO/IFLA w sprawie Bibliotek Wielokulturowych jest ważnym dokumentem, który promuje ideę bibliotek jako miejsc, w których różnorodność kulturowa jest doceniana i wspierana. Wdrażając te cele, biblioteki mogą odegrać istotną rolę w promowaniu dialogu międzykulturowego i zachowaniu różnorodności kulturowej.

### Działalność badawcza

Według raportu „Badania o badaniach” przeprowadzonych przez Instytut Badań Organizacji Kultury, instytucje kultury przejawiają relatywnie znaczną potrzebę przeprowadzania badań, choć odnotowano stosunkowo niskie zainteresowanie takimi badaniami w przypadku domów kultury oraz bibliotek. Przyjmując, że około dwóch trzecich ankietowanych wykorzystuje dostępne wyniki badań, można zauważyć, że te instytucje aktywnie angażują się w działalność badawczą<sup>10</sup>.

Najważniejsze obszary badań, które instytucje kultury aktywnie prowadziły w ciągu ostatnich pięciu lat, koncentrowały się na zagadnieniach związanych z odbiorcami własnej oferty oraz ofertą kulturalną. Ponadto można zaobserwować zwiększone zainteresowanie tymi dziedzinami badawczymi, co znajduje swoje odzwierciedlenie w planach badawczych tych instytucji. Jednocześnie można odnotować spadek potrzeby realizacji badań wewnątrzorganizacyjnych, co sugeruje, że instytucje kultury skupiają się bardziej na zewnętrznych aspektach swojej działalności.

Dwie piąte respondentów nie widziało potrzeby przeprowadzania badań, co stanowiło najczęstszy powód, dla którego badania nie były realizowane w ostatnich latach. Kolejnymi istotnymi przyczynami braku badań były brak dostępnych środków finansowych oraz brak czasu potrzebnego do ich przeprowadzenia.

Przede wszystkim, instytucje kultury prowadzą własne badania, co jest istotnym aspektem w kontekście rozwoju i zarządzania tym sektorem. Jednak równie istotnym spostrzeżeniem jest udział tych instytucji w badaniach inicjowanych przez zewnętrzne podmioty, a w szczególności przez GUS. Badania te stanowią cenne źródło informacji i danych statystycznych, które mogą być używane do planowania działań i podejmowania decyzji zarządczych.

Wyniki badań wykazują, że prawie połowa ankietowanych instytucji kultury deklaruje uczestnictwo w badaniach realizowanych przez inne instytucje kultury oraz uczelnie. Jest to istotne zjawisko, które wskazuje na potrzebę współpracy między różnymi podmiotami w sektorze kultury w celu gromadzenia i analizy danych oraz wymiany informacji. Działania te mogą przyczynić się do efektywniejszego zarządzania instytucjami kultury i lepszego zrozumienia potrzeb publiczności oraz trendów kulturowych.

<sup>10</sup> *Badania o badaniach, Instytut Badań Organizacji Kultury, Kraków, 2020.*

Warto zwrócić uwagę na wysoki wskaźnik odpowiedzi wskazujących na brak potrzeby prowadzenia badań, zarówno w przeszłości, jak i przyszłości. Dyrektorzy i kadra zarządzająca instytucji kultury często deklarują odpowiedzialność za prowadzenie badań. To paradoksalne spostrzeżenie sugeruje potrzebę refleksji nad sensownością i celowością prowadzenia badań w kontekście zarządzania instytucjami kultury.

Badane instytucje najczęściej stosowały techniki badawcze oparte na ankiecie lub korzystały z metod badawczych o charakterze mieszanym, co obejmowało połączenie ankiet, wywiadów i obserwacji. Jak zaznaczyli sami respondenci, często napotykali na trudności związane z brakiem chęci uczestnictwa odbiorców kultury w badaniach ankietowych. Ten fakt sugeruje, że może nadszedł moment, aby szerzej promować nowatorskie metody badawcze, które bardziej angażują odbiorców lub wykorzystują podejście badawcze typu „badanie w działaniu” (ang. *action research*). Dziedzina kultury jest dziedziną, która przekracza rutynę i wyzwanie, a także dąży do przełamania dotychczasowych schematów.

W ostatnich latach przeprowadzono obszerne badania dotyczące uczestnictwa mieszkańców największych ośrodków miejskich w Polsce w życiu kulturalnym. Badania te miały na celu zgromadzenie i analizę danych związanych z aktywnością kulturalną mieszkańców w miastach takich jak Warszawa, Katowice, Kraków, Gdańsk, Wrocław<sup>11</sup>.

Według Agnieszki Konior przegląd metod i technik badawczych stosowanych w raportach z badań w sektorze kultury przeprowadzonych w ciągu ostatnich lat ukazuje, że badacze często wybierają różnorodne narzędzia do analizy tego obszaru. W celu zgłębienia tematyki kulturowej, badacze korzystają z szerokiej gamy metod badawczych, które pozwalają im na dokładniejsze zrozumienie analizowanej treści. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują na kilka standardowych technik badawczych, które cieszą się popularnością w tym dziedzinie.

Ankiety stanowią jedną z najczęściej wykorzystywanych technik badawczych. Badacze stosują zarówno ankiety papierowe (PAPI) jak i ankiety internetowe (CAWI), aby zbierać dane od respondentów. Ankiety pozwalają na zebranie dużej ilości informacji od różnych osób, co umożliwia szeroką perspektywę na badane zagadnienia.

Kolejną popularną techniką badawczą są wywiady, zarówno indywidualne jak i grupowe. Wywiady indywidualne (IDI) pozwalają na bardziej osobiste i głębsze zrozumienie punktu widzenia badanych. Natomiast wywiady grupowe (FGI) umożliwiają badaczom obserwację interakcji między uczestnikami, co może dostarczyć cennych wskazówek na temat analizowanego obszaru.

Analiza danych zastanych to kolejna powszechna technika, która pozwala na dogłębne zrozumienie już dostępnych informacji, dokumentów lub źródeł związanych z kulturą. Ta metoda może być szczególnie przydatna do kontekstualizacji i porównania wyników badań.

Obserwacja jest również często wykorzystywaną techniką badawczą w sektorze kultury. Poprzez bezpośrednie obserwacje wydarzeń kulturalnych, zachowań publiczności lub innych aspektów związanych z kulturą, badacze uzyskują unikalny wgląd w analizowany obszar.

<sup>11</sup> Konior Agnieszka, *Badania w sektorze kultury*, Wydawnictwo Attyka, 2021, s. 174.

Badania społeczności internetowej stanowią coraz ważniejszą część badań w dziedzinie kultury. Wzrost aktywności online przyczynił się do tego, że badacze coraz częściej sięgają po badania opinii, zachowań i trendów w internecie. Badacze coraz częściej łączą różne techniki badawcze, aby uzyskać bardziej kompleksowe i wartościowe wyniki.

Poza powyższymi, standardowymi metodami badawczymi, można wymienić również:

*Mystery shopping*, czyli metodę tajemniczego klienta. *Mystery shopping* to technika badawcza wykorzystywana do oceny jakości obsługi klienta i do monitorowania wykonywanych przez pracowników usług. Proces polega na tym, że osoba nazywana „tajemniczym klientem” udaje się do danego miejsca lub kontaktuje się z nim, aby ocenić jakość obsługi lub innych aspektów doświadczenia klienta. Proces jest rygorystycznie skonstruowany według określonego planu, a po jego zakończeniu lub w trakcie badacz dokonuje wypełnienia formularza audytowego. Przykładowy wzorec takiego formularza można znaleźć w artykule autorstwa Łukasza Gawła z 2012 roku, poświęconego audytowi Śląskiego Szlaku Zabytków Techniki<sup>12</sup>. Badanie może być również przeprowadzane w formie telefonicznej, znanej jako *mystery calling*, lub za pośrednictwem poczty elektronicznej, określanej jako *mystery mailing*. W tych przypadkach poza oceną jakości obsługi, analizuje się także liczbę przekierowań oraz czas potrzebny na udzielenie odpowiedzi na postawione pytania<sup>13</sup>. Głównym celem tej metody jest zbadanie poziomu obsługi i dostosowanie jej do obowiązujących standardów, a także ewentualne opracowanie szczegółowych wytycznych w tym zakresie. W sektorze kultury, badania można przeprowadzać w różnych kontekstach, takich jak dostosowanie instytucji kulturalnych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, spełnianie standardów przez obiekty będące częścią dziedzictwa kulturowego, oraz poprawa jakości obsługi odwiedzających różne oddziały bibliotek.

Przykładem udanego zastosowania metody tajemniczego klienta w sektorze kultury jest badanie znane jako „Biblioskan - kontrola obywatelska w łódzkich bibliotekach publicznych.” Badanie to miało na celu ocenę jakości obsługi czytelników i obejmowało 78 filii bibliotecznych. Wykorzystano uprzednio przygotowany formularz do oceny różnych aspektów obsługi<sup>14</sup>.

Każda z filii została odwiedzona czterokrotnie przez audytorów, którzy w ramach badania stosowali również technikę *mystery calling*. Grupa audytorów była różnorodna pod względem płci i wieku, a przed rozpoczęciem badania zostali oni zobowiązani do zachowania poufności badań. Każdemu z audytorów przydzielono od czterech do ośmiu punktów kontrolnych, czyli różnych filii bibliotecznych, w których mieli przeprowadzić po cztery wizyty. Każda wizyta miała określony temat, takie jak zapisanie się do biblioteki, wypożyczenie książek (w tym nowości), ocena profesjonalizmu bibliotekarzy w zakresie doradztwa, skorzystanie z usług kopiowania materiałów dostępnych w bibliotece oraz ocena postępowania w trudnych sytuacjach na przykład zwrotu książki po upływie regulaminowego terminu.

Po czterech wizytach w każdej filii bibliotecznej audytorzy dokonali ogólnej oceny bibliotek i bibliotekarzy na podstawie przedstawionych kryteriów. Ponadto mieli możliwość wyrażenia dodatkowych uwag w formie pisemnej. Dzięki udziałowi w badaniu możliwe było pozyskanie

12 Gawęł Łukasz, Szlaki dziedzictwa kulturowego - praktyka zarządzania. Refleksje po audycie śląskiego Szlaku Zabytków Techniki, „Turystyka Kulturowa”, nr 2, 2012, s. 5-27

13 Męcarski Michał, *Mystery shopping oraz shadowing jako metody badania kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze”, t. V, nr.1, 2014, s. 53-71.

14 Konior Agnieszka, *Badania ...*, op.cit. 175-176.

informacji, które nie dałoby się uzyskać za pomocą tradycyjnych technik badawczych, takich jak ankiety czy wywiady. Badanie to pozwoliło na zbieranie danych na podstawie rzeczywistych sytuacji i realnego poziomu obsługi czytelników.

Rzetelność i miarodajność wyników badania zostały potwierdzone dzięki wielu badaczom oraz ich wielokrotnym wizytom w poszczególnych miejscach. Badanie objęło wszystkie biblioteki na terenie miasta, co dodatkowo zwiększyło wiarygodność uzyskanych wyników.

*Action research*. Metoda badawcza znana jako *action research* to podejście do badawczego działania, które łączy badanie naukowe z praktycznym działaniem w celu rozwiązania problemów lub doskonalenia praktyk w konkretnym kontekście. Metoda ta jest szczególnie popularna w dziedzinach takich jak edukacja, psychologia, zarządzanie organizacjami i rozwój społeczny. Istnieją różne warianty tej metody, ale ogólna idea pozostaje taka sama: badacze angażują się w konkretną działalność lub projekt, aby zbadać i zrozumieć bieżące problemy i znaleźć sposoby na ich rozwiązanie.

Metoda *action research* (AR) to podejście badawcze, które angażuje praktyków-pracowników bibliotek w proces badawczy w celu doskonalenia i udoskonalenia swojej pracy poprzez cykliczne działania badawcze.

Wykorzystanie *action research* w bibliotece:

1. Wybór tematu badawczego.

Określ obszar lub problem, który chcesz zbadać w bibliotece. Może to być na przykład efektywność usług bibliotecznych, satysfakcja użytkowników, zarządzanie zasobami czy rozwijanie kompetencji personelu.

2. Tworzenie grupy badawczej.

Utwórz zespół badawczy, który będzie się składać z pracowników biblioteki zaangażowanych w badanie. To zespół będzie odpowiedzialny za przeprowadzanie badań i analizę wyników.

3. Planowanie cykli badawczych.

Podziel badanie na cykle, które będą obejmować planowanie, działanie, obserwację i refleksję. Każdy cykl może trwać od kilku tygodni do kilku miesięcy.

4. Identyfikacja problemu.

Sporządź dokładny opis problemu, który chcesz zrozumieć lub rozwiązać. Może to być na przykład niski poziom korzystania z usług bibliotecznych przez studentów.

5. Planowanie działań badawczych.

Określ konkretne działania, które zostaną podjęte w celu rozwiązania problemu. Na przykład, jeśli problemem jest niski poziom korzystania z usług bibliotecznych, działania mogą obejmować wprowadzenie nowych usług, organizację warsztatów czy kampanii informacyjnych.

6. Realizacja działań.

Wdroż działania zgodnie z planem. Dokładnie monitoruj postęp i zbieraj dane.

## 7. Obserwacja i zbieranie danych.

Bacznie obserwuj, jak działania wpływają na rozwiązanie problemu. Zbieraj dane, takie jak statystyki korzystania z usług, opinie użytkowników czy efektywność nowych inicjatyw.

## 8. Analiza i refleksja.

Przeprowadź analizę zebranych danych i wyników działań. Czy działania przyniosły pożądane rezultaty? Jeśli nie, zastanów się, co można poprawić.

## 9. Planowanie kolejnego cyklu.

Na podstawie wyników i refleksji, zaplanuj kolejny cykl działań badawczych. Możesz dostosować strategię lub kontynuować badania w celu dalszego doskonalenia pracy biblioteki.

## 10. Dzielenie się wynikami.

Informuj o swoich wynikach i wnioskach z badania wewnątrz biblioteki oraz w szerszym gronie zainteresowanych, takich jak inne biblioteki czy instytucje badawcze.

Metoda *action research* pozwala na ciągłe doskonalenie działań biblioteki poprzez zaangażowanie pracowników w proces badawczy i dostosowywanie działań do zmieniających się potrzeb użytkowników. Jest to interdyscyplinarne podejście, które sprzyja innowacjom i doskonaleniu usług bibliotecznych. *Action research* jest procedurą, która wiąże się z wysokim poziomem złożoności i wymaga starannej realizacji. Metoda pomaga wyeksponować te kwestie, które wcześniej mogły uchodzić niezauważone. Pozwala ona na identyfikację problemów, które nie były wcześniej dostrzegane, oraz na opracowanie i wdrożenie skutecznych rozwiązań. Pomimo wymaganego znacznego nakładu czasu i zaangażowania ze strony wszystkich uczestników, efekty tej metody badawczej przyczyniają się do zwiększenia samoświadomości oraz usprawnienia procesów zarządczych. Warto podkreślić, że to podejście angażuje zarówno badaczy, jak i pracowników biblioteki w proces badawczy, co sprzyja lepszemu zrozumieniu problemów i wspólnemu poszukiwaniu skutecznych rozwiązań. Dzięki temu, organizacja może efektywniej reagować na wyzwania i poprawić swoje funkcjonowanie.

Badanie czytelników biblioteki może być ciekawym zadaniem badawczym, które może pomóc w lepszym zrozumieniu potrzeb czytelników i dostosowaniu oferty biblioteki do ich oczekiwań. Oprócz standardowych metod można wykorzystywać kreatywne techniki badawcze takie jak:

- Wywiady wideo. Zamiast tradycyjnych wywiadów tekstowych można przeprowadzać wywiady wideo, które pozwalają na bogatszą ekspresję uczestników i dostarczają wizualnych wskazówek, jak korzystają z biblioteki.
- Etnografia cyfrowa. Prośba o dostęp do urządzeń czy komputerów czytelników i obserwacja, jak korzystają z zasobów elektronicznych i stron internetowych biblioteki, może dostarczyć cennych informacji o ich nawykach i potrzebach.
- Mapy skupień. Poproś czytelników o utworzenie mapy skupień, na której zaznaczą gdzie najczęściej czytają w bibliotece, gdzie szukają książek, a także jakie obszary uważają za bardziej przyjazne czytelnikom.



- Wirtualne spacery. Stworzenie wirtualnych spacerów po bibliotece za pomocą narzędzi cyfrowych może pomóc zrozumieć, jakie obszary są najczęściej odwiedzane i dlaczego.
- Metody *storytellingu*. Poproś czytelników o opowiedzenie historii o swoich doświadczeniach z biblioteką. To może dostarczyć głębszego wglądu w emocje i oczekiwania czytelników.
- Badania sensoryczne. Wykorzystaj techniki badawcze związane z zmysłami, takie jak badania dotyczące zapachu, dźwięku czy wyglądu przestrzeni bibliotecznej. Odpowiednie zapachy czy muzyka mogą stworzyć bardziej przyjazne środowisko dla czytelników.
- Analiza danych behawioralnych. Jeśli biblioteka gromadzi dane o aktywności czytelników, można przeprowadzić analizę tych danych, aby zidentyfikować wzorce zachowań czytelników i dostosować usługi na ich podstawie.
- Badania użytkownika technologii mobilnych. Skorzystaj z aplikacji mobilnych lub ankiet online, aby zbadać, jak czytelnicy korzystają z urządzeń mobilnych do dostępu do zasobów bibliecznych i jakie są ich preferencje w tym zakresie.
- Kreatywne warsztaty i grupy focus. Organizuj sesje warsztatowe lub grupy fokusowe, w których czytelnicy mogą aktywnie uczestniczyć w projektowaniu nowych usług czy przestrzeni bibliecznych.

Sondy w czasie rzeczywistym. Wykorzystaj nowoczesne technologie, takie jak sondy w czasie rzeczywistym, aby zbierać opinie czytelników na bieżąco i szybko reagować na ich potrzeby.

W ostatnich latach pojawiło się wiele nietypowych i innowacyjnych podejść do badania społeczności lokalnych, które wykraczają poza standardowe ramy metodologiczne. Jednym z takich podejść jest podręcznik stworzony przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e” pod tytułem „Zrób to sam. Jak zostać badaczem społeczności lokalnej? Poradnik dla domów kultury.” Zawsze kluczowe jest dostosowanie technik badawczych do konkretnego kontekstu i celów badania. Kombinacja różnych metod może dostarczyć najbardziej kompleksowego obrazu zachowań i potrzeb czytelników biblioteki.

### **Społeczna i ekonomiczna wartość bibliotek**

Wpływ społeczny bibliotek odnosi się do efektów istnienia bibliotek i dostarczanych przez nie usług na lokalną społeczność lub ogół społeczeństwa<sup>15</sup>.

Główne obszary tego oddziaływania obejmują:

- Życie społeczne. Biblioteki stanowią miejsce spotkań i interakcji społecznej, wspierając integrację społeczności lokalnych i tworząc przestrzeń do wymiany pomysłów i doświadczeń.
- Dostęp do informacji i edukacji. Biblioteki są źródłem wiedzy i informacji, umożliwiając dostęp do materiałów edukacyjnych, naukowych i kulturalnych oraz wspierając rozwijanie umiejętności czytelniczych i badawczych.
- Kultura lokalna i tożsamość. Biblioteki promują dziedzictwo kulturowe i historię regionu, przyczyniając się do utrzymania lokalnej tożsamości i kultury.

<sup>15</sup> Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, *Obserwatorium bibliotek 2: analiza funkcjonowania bibliotek, badanie zmian i wpływu na rozwój społeczny i ekonomiczny*, 2018.

- Różnorodność kulturowa. Biblioteki są miejscem, gdzie różne kultury i perspektywy spotykają się i wymieniają, przyczyniając się do zrozumienia i tolerancji.
- Rozwój społeczności. Biblioteki wspierają rozwój społeczności poprzez organizację programów kulturalnych, edukacyjnych i społecznych, które przyczyniają się do poprawy jakości życia mieszkańców.
- Dobrostan osobisty. Korzystanie z bibliotek może przynosić korzyści osobiste, takie jak rozwijanie umiejętności czytelniczych, naukowych i technicznych oraz satysfakcję z nauki i odkrywania.
- Zachowanie dziedzictwa kulturowego. Biblioteki pełnią rolę w archiwizowaniu i zachowaniu dziedzictwa kulturowego poprzez gromadzenie i udostępnianie materiałów historycznych i kulturalnych.

Wartość ekonomiczną usług bibliotecznych można rozpatrywać na dwa sposoby.

Po pierwsze, można ją wyrazić w kategoriach pieniężnych, oceniając korzyści finansowe, jakie ludzie czerpią z korzystania z bibliotek.

Po drugie, można analizować wpływ ekonomiczny bibliotek, czyli pozytywne oddziaływanie bibliotek na życie gospodarcze społeczności, regionu lub kraju. Wpływ ten może przejawiać się poprzez generowanie miejsc pracy, pobudzenie lokalnej działalności gospodarczej, zwiększanie atrakcyjności miejsca zamieszkania dla potencjalnych inwestorów oraz redukcję kosztów związanych z edukacją i zdrowiem dzięki dostępowi do bezpłatnych zasobów bibliotecznych.

W świetle tych kryteriów ocena bibliotek staje się bardziej złożonym procesem, uwzględniającym zarówno wymiary społeczne, jak i ekonomiczne, a także perspektywę różnych grup odbiorców. Jest to ważny krok w kierunku pełniejszego zrozumienia roli bibliotek w społeczeństwie i podkreślenia ich znaczenia jako ważnych instytucji kulturowych i społecznych.

Według „Badania społecznego i ekonomicznego wpływu bibliotek publicznych”, wartości pieniężne korzyści z bibliotek ustala się<sup>16</sup>:

- poprzez obliczenie kosztów zastąpienia, tzn. kosztów podobnej usługi, o ile jest dostępna na rynku (np. zakup książki zamiast wypożyczenia w bibliotece); ceny „zamienników” można wykorzystać do tworzenia tzw. kalkulatorów wartości, pozwalających pokazać użytkownikom wartość usług, z których korzystają (np. w ciągu roku), na podstawie wypełnionego przez nich formularza online,
- poprzez obliczenie kosztów czasu spędzonego na korzystaniu z usług bibliotecznych i wynagrodzeń (lub przeciętnego wynagrodzenia) użytkowników,
- prosząc użytkowników i osoby niebędące użytkownikami o oszacowanie wartości pieniężnej biblioteki lub jej usługi dla siebie lub dla społeczeństwa; można też stosować metodę wyceny warunkowej (ang. contingent valuation), opartej na uzyskaniu od potencjalnych użytkowników odpowiedzi na pytania, np. ile są skłonni zapłacić za usługę (gotowość do zapłaty) lub jaką finansową rekompensatę zaakceptowałyby w przypadku braku danej usługi (gotowość do zaakceptowania rekompensaty).

<sup>16</sup> *Ibidem*, s. 4.

Wartość biblioteki jako organizacji lub wybranej jej usługi można analizować, wykorzystując jedną z wymienionych metod. Takie podejście pozwala nam ocenić, jak efektywnie inwestujemy środki i jakie korzyści ekonomiczne możemy z tego czerpać. Wskaźnik wyrażany jest jako ROI, czyli zwrot z inwestycji (ang. Return on Investment). ROI stanowi stosunek całkowitych korzyści ekonomicznych osiągniętych dzięki działalności biblioteki do ogólnych nakładów finansowych, jakie zostały w nią zainwestowane. Aby obliczyć ROI, pierwszym krokiem jest przypisanie wartości pieniężnej do usługi bibliotecznej. Możemy to zrobić poprzez określenie ceny rynkowej podobnych usług lub dokonując ich oszacowania. Następnie mnożymy tę wartość przez liczbę korzystających z danej usługi użytkowników. Ostatecznie wynik tego działania dzielimy przez koszty poniesione na zapewnienie tej usługi.

Takie podejście umożliwia zrozumienie, czy inwestycja w bibliotekę lub konkretną usługę przynosi oczekiwane korzyści ekonomiczne. Jeśli ROI wynosi więcej niż 1, oznacza to że korzyści ekonomiczne przewyższają poniesione koszty, co jest pozytywnym znakiem. W przeciwnym razie, jeśli ROI jest mniejszy niż 1, może to sugerować, że inwestycja nie jest opłacalna i konieczne może być przemyślenie strategii działania. Analiza kosztów i korzyści oraz obliczanie ROI mogą być istotnymi narzędziami dla kierowników bibliotek i pomagać podejmować bardziej świadome decyzje finansowe i strategiczne.



## Rozdział 2.

### Analiza wydarzeń i projektów

W ramach realizacji projektów bibliotek wykorzystano metodologię design thinking i warsztaty w formule service jam. Design thinking to podejście do rozwiązywania problemów i tworzenia innowacyjnych rozwiązań, które skupia się na potrzebach użytkowników i zrozumieniu ich perspektywy. Polega na interdyscyplinarnym podejściu, które angażuje różne dziedziny w celu generowania kreatywnych pomysłów i rozwiązań. Service jam to formuła wydarzenia, warsztatów, które ma na celu wspieranie i promowanie projektowania usług, zwłaszcza w kontekście innowacji i rozwoju nowych produktów i usług. Jest to często organizowany przez społeczność projektantów usług, przedsiębiorców i innych profesjonalistów związanych z tworzeniem i doskonaleniem oferowanych usług.

#### Wydarzenia inkluzywne w instytucjach kultury

Pierwsze warsztaty stanowiły pilotaż szkolenia i były skierowane do 4 gmin. W drugim etapie udział wzięły zainteresowane biblioteki i domy kultury, które również opracowały prototypy. Obie grupy korzystały z konsultacji Agnieszki Mróz ekspertki ds. projektowania reprezentującej firmę Service Sandbox.

W ramach pilotażu szkoleń dla 4 bibliotek przeprowadzonych w maju 2023r. wzięły udział następujące biblioteki:

1. Miejska Biblioteka Publiczna w Gdyni.

W zasobach Biblioteki Gdynia znajduje się około 466 tysięcy książek oraz publikacji elektronicznych. Oprócz konwencjonalnych zbiorów, dostępne są również audiobooki, czytniki książek elektronicznych, komiksy i książki-zabawki. Biblioteka w Gdyni była jedną z pierwszych instytucji w Trójmieście, która wprowadziła do swojej oferty gry planszowe, które dostarczają zarówno rozrywkę, jak i edukacji.

2. Miejska i Powiatowa Biblioteka Publiczna im. J. Żurakowskiego w Kartuzach.

Biblioteka prowadzi swoją działalność na terenie miasta i gminy Kartuzy od 1945 roku. W skład placówki wchodzi Biblioteka główna w Kartuzach oraz dwie filie wiejskie zlokalizowane w Kiełpinie i Mirachowie. Kartuska Biblioteka oprócz tradycyjnych zbiorów (książka i prasa drukowane) oferuje możliwość wypożyczenia audiobooków, e-booków oraz filmów. W budynku znajduje się osiem stanowisk komputerowych z bezpłatnym dostępem do internetu. Odwiedzający bibliotekę mają także możliwość skorzystania z drukarki, kserokopiarki oraz skanera.

### 3. Gminna Biblioteka Publiczna w Luzinie.

Biblioteka w Luzinie zapoczątkowała swoją historię w 1936 roku jako efekt połączenia zbiorów książkowych Towarzystwa Powstańców i Wojaków oraz Katolickiego Stowarzyszenia Młodzieży. Stan księgozbioru na koniec 2010 r. wynosił 39 244 woluminy.

### 4. Powiatowa Biblioteka Publiczna w Wejherowie.

Powiatowa Biblioteka Publiczna w Wejherowie została ustanowiona w 2014 roku. Misją Powiatowej Biblioteki Publicznej w Wejherowie jest zapewnienie wszechstronnej obsługi bibliotecznej mieszkańcom powiatu, rozwijanie i zaspokajanie potrzeb czytelniczych, informacyjnych i kulturalnych społeczności lokalnej, promowaniu wiedzy o regionie oraz upowszechnianiu nauki i wiedzy oraz nadzór merytoryczny nad siecią biblioteczną w powiecie wejherowskim.

W ramach otwartych szkoleń dla bibliotek i domów kultury zrealizowanych w czerwcu 2023r., wzięły udział następujące instytucje:

- Gdański Archipelag Kultury - Stacja Orunia
- Wyspa Skarbów Gdańskiego Archipelagu Kultury
- Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada-Korzeniowskiego w Gdańsku (WiMBP) w Gdańsku - Dział Promocji, Marketingu i PR
- WiMBP w Gdańsku- Biblioteka Oliwska
- WiMBP w Gdańsku - Biblioteka Kokoszki
- WiMBP w Gdańsku - Biblioteka pod Kotem i Myszą
- WiMBP w Gdańsku - Biblioteka pod Żółciem
- WiMBP w Gdańsku - Dział Instrukcyjno-Szkoleniowy
- Ośrodek Kultury i Sportu w Żukowie
- Biblioteka Publiczna im. Zaślubin Polski z Morzem w Pucku

W zakresie I tury warsztatów opracowano łącznie sześć koncepcji:

1. Warsztaty „Mam moc!”
2. Sieć ekspertów.
3. Biblioteka inspiracji.
4. Ukraińskie godziny.
5. Kapsuła czasu.

Klub ekspertów. Ocena każdej z koncepcji dokonywana jest w skali od 0 do 10 w trzech kryteriach: użyteczności, trafności, skuteczności. W kontekście usług, użyteczność (ang. *usability*) odnosi się do stopnia, w jakim usługa jest łatwa do zrozumienia, dostępna, skuteczna i satysfakcjonująca dla użytkowników. Użyteczność usług odgrywa kluczową rolę w zapewnianiu pozytywnego doświadczenia klienta i jest istotnym aspektem w projektowaniu, dostarczaniu i doskonaleniu usług. Trafność w usługach (ang. *validity in services*) to koncepcja, która odnosi

się do stopnia, w jakim usługa jest odpowiednia i adekwatna do spełnienia potrzeb oraz celów lub oczekiwań klienta. Wartość trafności w usługach polega na tym, że usługa musi faktycznie dostarczać to, co obiecuje lub co jest oczekiwane przez klienta, aby być skuteczną i satysfakcjonującą. Skuteczność w usługach odnosi się do zdolności dostawcy usług do osiągnięcia zamierzonych celów lub efektów dla swoich klientów lub użytkowników. Jest to istotne kryterium oceny jakości usług i może mieć różne znaczenie w zależności od rodzaju usług i kontekstu.

Skala od 0 do 10 została podzielona na 5 podstawowych przedziałów:

Od 0 do 2 pkt - niski walor kryterium;

Od 3 do 5 pkt - przeciętny walor kryterium

Od 6 do 8 pkt - dobry walor kryterium

Od 9 do 10 pkt - bardzo dobry walor kryterium

## Pierwsza tura warsztatów

### Koncepcja 1. Warsztaty „Mam moc!”

Koncepcja została zaprojektowana z myślą o opiekunach osób z niepełnosprawnością intelektualną (OzN). Ma na celu rozwiązanie problemów, z jakimi borykają się opiekunowie, szczególnie dorosłych osób. Często brakuje im czasu dla siebie, a polityka wychnieniowa nie jest w dostatecznym stopniu realizowana. Opiekunowie napotykają na dwie główne bariery: trudność w zapewnieniu opieki dla swoich podopiecznych oraz barierę mentalną, która skupia się na przekonaniach typu „to nie dla mnie” lub „mam ważniejsze rzeczy do zrobienia.” Wyzwaniem i misją projektu jest przekształcenie biblioteki w przestrzeń, która stanie się miejscem oddechu dla opiekunów. Biblioteka ma służyć nie tylko jako miejsce do czytania książek, ale również jako środowisko, w którym opiekunowie będą mogli zrelaksować się, spędzić czas z innymi osobami, które dzielą podobne doświadczenia oraz poświęcić czas na swój rozwój osobisty. Jednocześnie, podczas gdy opiekunowie będą korzystać z tych udogodnień, osoby z niepełnosprawnością intelektualną znajdą się w otoczeniu, w którym będą miały dostęp do ciekawych i odpowiednich aktywności. W ten sposób projekt dąży do stworzenia przestrzeni, która promuje opiekunów,

*Agnieszka Mróz: „Realizowaliśmy były dwie tury warsztatów. W trakcie pierwszej tury przez dwa dni wykorzystaliśmy metodykę design thinking, aby wypracować rozwiązania odpowiadające na potrzeby odbiorców. Kolejnego dnia zastanawialiśmy się, jak docierać do różnych grup. Inna rzecz, która wydaje mi się bardzo ważna, która się tam pojawia, to praca na ograniczeniach. Taka umiejętność pracy na ograniczeniach czasowych, finansowych. Jak już coś wymyślimy, to jedni idą natychmiast w kierunku realizacji, inni uświadamiają sobie ograniczenia.”*

umożliwiają im spędzenie czasu na własnych potrzebach i rozwoju, a jednocześnie zapewniając odpowiednią opiekę i aktywności dla osób z niepełnosprawnością intelektualną. To podejście może przyczynić się do poprawy jakości życia opiekunów oraz podopiecznych.

### **Przykładowe tematy aktywności:**

Opiekunowie:

- klub książki przy kawie,
- warsztaty psychologiczne, o emocjach, wzmacniające,
- warsztaty kreatywne - rękodzielnicze, kosmetyczne, roślinne,
- warsztaty z pisanie w naturze.

OzN:

- czytanie książek przez bibliotekarza,
- książki sensoryczne plus narracja bibliotekarza,
- teatr kamishibai,
- warsztaty manualne - sensoplastyka,
- warsztaty kreatywne,
- bajki na slajdach,
- warsztaty roślinne - sadzenie roślin, plecenie wianków.

### **Ocena projektu:**

A. Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Odbiorcami są osoby z niepełnosprawnością intelektualną oraz ich opiekunowie. Charakter projektu umożliwia spełnienie podstawowych oczekiwań obu grup w zakresie rozwoju osób z niepełnosprawnością oraz kreatywnego odpoczynku dla ich opiekunów.

B. Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Odpoczynek jest niezwykle ważny dla opiekunów osób niepełnosprawnych. Ma wiele znaczeń i korzyści:

- Fizyczne odciążenie. Opieka nad OzN często wymaga wielu fizycznie wymagających czynności. Odpoczynek pozwala opiekunom na regenerację sił.
- Zdrowie psychiczne. Długotrwała opieka nad osobą niepełnosprawną może być emocjonalnie trudna i stresująca. Odpoczynek pozwala opiekunom na relaks, zmniejszenie poziomu stresu.
- Wzmacnianie relacji. Odpoczynek daje opiekunom czas na dbanie o swoje relacje z rodziną i przyjaciółmi. To także okazja do spędzenia czasu z osobą niepełnosprawną poza rolę opiekuna, co może wzmacniać więzi.



- Własne zainteresowania. Odpoczynek pozwala opiekunom na poświęcenie czasu swoim pasjom i zainteresowaniom, co przyczynia się do ich dobrostanu psychicznego.
- Właściwa opieka. Odpoczynek pozwala opiekunom na regenerację i lepszą gotowość do udzielania opieki. Dzięki temu mogą zapewnić lepszą jakość opieki OzN.

### C. Kryterium skuteczności. 9/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, ponieważ biblioteki w miarę możliwości operacyjnych i infrastrukturalnych mogą realizować tę koncepcję.

## Koncepcja 2. Sieć ekspertów

Inicjatywa skierowana do pracowników bibliotek, którzy obsługują czytelników z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów. Głównym problemem, z którym się borykają jest brak wiedzy i zasobów potrzebnych do skutecznej pracy z tą grupą czytelników. Inicjatywa ma na celu rozwiązanie tego problemu poprzez tworzenie sieci współpracy między różnymi organizacjami i instytucjami, które zajmują się wsparciem osób z niepełnosprawnościami. Wyzwaniem i misją tej inicjatywy jest umożliwienie pracownikom bibliotek wymiany wiedzy oraz wspólnego organizowania działań, które pomogą zwiększyć dostępność i jakość oferty bibliotecznej dla osób z niepełnosprawnościami.

Inicjatywa opiera się na tworzeniu sieci kontaktów między miejscami pracy i ekspertami oraz organizowaniu regularnych spotkań w celu dzielenia się doświadczeniami i rozwiązywania problemów. Jest inspiracją dla tego modelu działania grupy *mastermind*, gdzie uczestnicy wspierają się nawzajem i wymieniają wiedzę.

Jako rozwiązanie pilotażowe proponowana jest współpraca z organizacją lub fundacją wspierającą osoby z niepełnosprawnościami w organizacji wydarzenia teatralnego typu *kamishibai*. Biblioteka miałaby zadanie przygotować materiały i zorganizować wydarzenie, natomiast organizacja wsparcia osób z niepełnosprawnościami zajęłaby się promocją i logistyką uczestnictwa. Koszty takiej inicjatywy mogą być podzielone między obie strony.

*Kamishibai* to technika czytania wykorzystująca plansze z obrazkami i tekstem, co stanowi atrakcyjny sposób prezentacji historii. To kreatywne podejście do literatury, które może przyciągnąć czytelników z niepełnosprawnościami.

Cała inicjatywa ma na celu stworzenie efektywnej sieci wsparcia i wymiany wiedzy, aby pracownicy bibliotek mogli lepiej obsługiwać czytelników z niepełnosprawnościami i dostarczać im odpowiednie materiały i usługi.

### Ocena projektu:

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Odbiorcami są osoby z niepełnosprawnością intelektualną oraz ich opiekunowie. Charakter projektu umożliwia spełnienie podstawowych oczekiwań dzięki tworzeniu sieci kontaktów między miejscami

pracy i ekspertami, oraz organizowanie regularnych spotkań w celu wymiany doświadczeń i rozwiązywania problemów.

Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Dostosowanie formy teatru *kamishibai* do potrzeb osób z niepełnosprawnością intelektualną może wymagać specjalnego podejścia, wsparcia i adaptacji materiałów. Teatr *kamishibai* to forma teatralna wywodząca się z Japonii, która wykorzystuje obrazy i opowieści przedstawiane na planszach. Jest to forma teatralna, która może dostarczyć wiele wartości osobom z niepełnosprawnością intelektualną, takich jak:

- Rozwijanie umiejętności komunikacyjnych. Teatr *kamishibai* angażuje uczestników do aktywnego uczestnictwa w opowiadaniu historii. Może to pomóc w rozwijaniu umiejętności werbalnej komunikacji i wyrażania myśli.
- Wzmacnianie zdolności czytania i rozumienia tekstu. Przygotowywanie i czytanie tekstu w teatrze *kamishibai* może pomóc w rozwijaniu zdolności czytania oraz rozumienia treści czytanych materiałów.
- Wspieranie kreatywności. Teatr *kamishibai* zachęca do twórczego myślenia i interpretacji tekstu. Osoby z niepełnosprawnością intelektualną mogą wyrażać swoje pomysły i uczestniczyć w procesie tworzenia opowieści.
- Budowanie pewności siebie. Publiczne wystąpienia w teatrze *kamishibai* mogą pomóc w budowaniu pewności siebie i przełamywaniu ewentualnych bariery w komunikacji.
- Integracja społeczna. Teatr *kamishibai* to forma grupowej rozrywki, która może pomagać w integracji społecznej i nawiązywaniu relacji z innymi uczestnikami.
- Rozwijanie zdolności koncentracji. Uczestnictwo w teatrze *kamishibai* może pomóc w rozwijaniu zdolności koncentracji i skupienia uwagi na treści opowiadanej historii.
- Wspieranie wyobraźni. Teatr *kamishibai* zachęca do wizualizacji opowieści i rozwijania wyobraźni.
- Wykorzystywanie różnych zmysłów. Podczas występów w teatrze *kamishibai* można wykorzystywać różne zmysły, takie jak wzrok i słuch, co może być korzystne dla osób z niepełnosprawnością intelektualną.

Kryterium skuteczności. 9/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, ponieważ biblioteki mogą zrealizować tę koncepcję wspólnie z innymi organizacjami.

## Koncepcja 3

### Biblioteka inspiracji

Koncepcja projektu stworzona z myślą o rodzicach z doświadczeniem migracyjnym lub uchodźców, szczególnie tych pochodzących z Ukrainy, którzy często borykają się z barierą językową i brakiem czasu dla siebie w obcym kraju.

Biblioteka ma stanowić miejsce wypoczynku, integracji społecznej oraz aktywności kulturalnej dla tych rodziców.

Inicjatywa zakłada organizację warsztatów dla rodziców oraz zapewnienie opieki nad dziećmi w tym samym czasie. Dzięki temu rodzice mogą korzystać z oferty biblioteki nie tylko w oczekiwaniu na swoje dzieci, ale również dla własnego rozwoju. Warsztaty będą oparte na rękodziele, prowadzone przez pasjonatów, nie wymagają znajomości języka. Równocześnie w bibliotece będzie dostępny kącik zabaw dla dzieci z opieką animatora, zachęcający rodziców do przyprowadzenia dzieci poprzez podkreślenie korzyści rozwojowych dla dzieci.

Przykładowe tematy warsztatów obejmują rozwijanie kreatywności, tworzenie kolaży, działania związane z roślinami, rękodzieło oraz techniki relaksacyjne i oddechowe. Te tematy mogą być także połączone z literaturą, co może zachęcić uczestników do zapoznania się z różnymi książkami.

Dodatkowym pomysłem jest stworzenie przestrzeni twórczej w bibliotece, gdzie uczestnicy mogą spędzać czas poza warsztatami, pracując w niewielkich grupach lub indywidualnie nad własnymi projektami. Może to być wydzielona sala lub fragment pomieszczenia z dostępem do materiałów plastycznych i innych potrzebnych narzędzi. Ta przestrzeń może być także połączona z działem literatury w językach obcych lub albumów sztuki, aby zachęcić do eksploracji innych zasobów bibliotecznych. Warto zaznaczyć, że przestrzeń dla dzieci powinna być dostępna i widoczna dla rodziców, aby mogli mieć pewność co do bezpieczeństwa swoich dzieci w czasie wizyty w bibliotece. Ostatecznie, inicjatywa ma na celu zapewnienie wsparcia dla rodziców z doświadczeniem migracyjnym lub uchodźcami poprzez stworzenie miejsca, które pozwala im rozwijać swoje zainteresowania i integrować się z lokalną społecznością, jednocześnie dbając o potrzeby ich dzieci.

### **Ocena projektu:**

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Odbiorcami są obcokrajowcy. Charakter projektu umożliwia spełnienie uniwersalnych oczekiwań związanych z integracją międzykulturową.

*Przemysław Czaja, ekspert w projekcie Kultura włącza: „Bibliotekarze, bibliotekarki już teraz nie stoją przed tak dużym wyzwaniem w włączeniu Ukraińców, Ukrainek do oferty edukacyjnej, kulturalnej bibliotek. Prawdopodobnie już jesteśmy na innym nieco etapie, co nie znaczy że włączanie w ogóle społeczności migranckiej nie jest potrzebne, bo nadal jest ważnym aspektem tego projektu. Ale moim zdaniem, być może to zostanie potwierdzone w tych pilotażach, że biblioteki to naturalne miejsce albo powinny być naturalnym miejscem wyboru, jeśli mowa nie tyle z oferty kulturalnej, co spędzania czasu wolnego poprzez kulturę.”*

### Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Integracja międzykulturowa dzięki zróżnicowanym narzędziom, umożliwiła może mieć ogromne znaczenie dla rodziców z doświadczeniem migracyjnym lub uchodźcami. Biblioteki są miejscem, w którym można realizować wiele działań wspierających integrację międzykulturową, a rodzice z migracyjnym doświadczeniem mogą odnosić wiele korzyści z takich inicjatyw. Istotne aspekty integracji międzykulturowej w bibliotekach to m.in:

- dostęp do wiedzy i edukacji,
- nauka języka,
- budowanie sieci społecznych,
- udzielanie wsparcia informacyjnego,
- umożliwienie dostępu do technologii,
- promocja różnorodności kulturowej.

### Kryterium skuteczności. 8/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, ponieważ biblioteki mogą zrealizować tę koncepcję własnymi siłami, natomiast ewentualnym ograniczeniem może być bezpośrednia komunikacja z potencjalnymi odbiorcami projektu.

## Koncepcja 4. Ukraińskie godziny

Koncepcja opisuje ofertę biblioteki przygotowanej specjalnie z myślą o rodzicach z doświadczeniem migracyjnym lub uchodźczym, zwłaszcza tych pochodzących z Ukrainy. Głównym problemem, którym się zajmuje, jest bariera językowa, która często sprawia, że korzystanie z usług i ofert czasu wolnego jest trudne. Dodatkowym wyzwaniem jest brak czasu dla siebie, ponieważ większość dnia rodzice spędzają na zapewnianiu warunków bytowych swojej rodzinie.

Koncepcja zakłada wprowadzenie regularnych dyżurów tłumacza oraz osób, które mogą udzielać porad i wsparcia w języku ukraińskim w miejscowej bibliotece. To ma być czas, w którym w bibliotece zawsze będzie ktoś dostępny do rozmowy w języku ukraińskim, dzięki czemu osoby z doświadczeniem migracji mogą swobodnie komunikować się w swoim ojczystym języku. Chodzi tu nie tylko o konkretne pytania czy problemy, ale także o możliwość swobodnej rozmowy.

Komunikacja ma być jasna i czytelna a miejsce, w którym można znaleźć pomoc w języku ukraińskim będzie odpowiednio oznaczone. Dodatkowo osoba, która będzie mówić w języku ukraińskim, będzie łatwo rozpoznawalna. W ramach pilotażowego rozwiązania, biblioteka będzie zapewniać regularne wsparcie wolontariusza, który będzie dostępny przez co najmniej 1 godzinę w tygodniu, wtedy, gdy osoby z Ukrainy będą odwiedzać bibliotekę. To ma pomóc w ułatwieniu korzystania z oferty biblioteki dla osób, które potrzebują wsparcia w języku ukraińskim.

### Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Odbiorcami jest społeczność ukraińska. Charakter projektu umożliwi spełnienie oczekiwań związanych z udzielaniem porad i wsparcia w języku ukraińskim w miejscowej bibliotece.

### Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Jest wynikiem wyjścia naprzeciw potrzebom i udzielania pomocy społeczności ukraińskiej w ich ojczystym języku.

### Kryterium skuteczności. 8/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, ponieważ biblioteki mogą zrealizować tę koncepcję własnymi siłami, natomiast ewentualnym ograniczeniem może być bezpośrednia komunikacja z potencjalnymi odbiorcami projektu oraz dostępność odpowiednio przygotowanych wolontariuszy do pełnienia funkcji doradcy.

## Koncepcja 5. Kapsuła czasu

Istotą koncepcji jest idea skierowana do uczniów liceów, którzy poszukują miejsca do realizacji swoich pasji i poznania rówieśników o podobnych zainteresowaniach. Dla tych uczniów istnieje wyzwanie dotarcia do miejsc, gdzie coś się dzieje, ponieważ mieszkają poza miastem. Dlatego zależy im na budowaniu nowych znajomości i przenoszą swoją aktywność do Internetu, gdzie inspirują się influencerami i prezentują swoją twórczość.

Rozwiązanie ma na celu przekształcenie biblioteki w miejsce interesujące dla nastolatków, które przyciągnie ich nie tylko do wypożyczania książek, ale także do spędzania czasu i odkrywania różnych treści w bibliotece. Wokół tego pomysłu zbudowana zostanie atmosfera tajemniczości i napięcia, nawiązując do popularnych podcastów i seriali w klimacie *true crime story*. To ma zachęcić nastolatków do samodzielnego odkrywania wskazówek i docierania do miejsca, w którym ukryta jest kapsuła czasu. Kapsuła czasu to fizyczny pojemnik, w którym każdy może zostawić coś od siebie - ulubiony cytat, fragment książki, własny wiersz, rysunek lub myśl z zachętą do odwiedzenia swojego profilu w mediach społecznościowych.

*Natalia Gromow, ekspertka w projekcie Kultura włącza: „Działań jest bardzo wiele, natomiast problem jest z odbiorcami, bo na skalę tych działań jest według mnie za mało odbiorców. Albo one są źle promowane i nie docierają do tych konkretnych grup.”*

*Agnieszka Mróz: „Wycho-dzenie poza świat biblioteki i umiejętność czerpania z doświadczeń z innych branż jest niezwykle ważna przy pracy nad nowymi rozwiązaniami. Wydaje mi się, że to jest taka rzecz, z którą w instytucjach kultury jest czasem problem. Bez problemu inspirujemy się innymi instytucjami, ale już sięganie po doświadczenia biznesu wydaje się czymś zbyt odległym.”*

Miejsce, w którym znajduje się pojemnik zostanie urządzone w stylu retro, nawiązując do mody na „starocie” i analogową twórczość, ale także do trendu bycia *instagrammable*. Ma to stworzyć przestrzeń estetycznie przyciągającą do sfotografowania i udostępnienia w mediach społecznościowych. Przytulny klimat zostanie wzmocniony przez meble, na których można wygodnie usiąść i stworzyć coś, co zostanie później umieszczone w kapsule czasu. Przestrzeń ma być miejscem, które przenosi w czasie i zachęca do kreatywności.

Główną ideą jest stworzenie fizycznego miejsca do wymiany myśli między młodymi ludźmi, co ma zainspirować ich do odwiedzania biblioteki, zagłębiania się w twórczość innych i własnego tworzenia. Aby zaprojektować przestrzeń, stworzyć serię wskazówek oraz przeprowadzić działania marketingowe zaproszona zostanie młodzież, która już odwiedza bibliotekę.

Jako pilotażowy pomysł w bibliotece, można wprowadzić mini-grę terenową, która będzie wymagała od uczestników rozwiązania wskazówek w celu odnalezienia ukrytego pojemnika. W pierwszej, prostszej wersji pojemnik może zawierać niewielki notes, w którym uczestnicy mogą zostawić krótki wpis dla kolejnych uczestników.

*Instagrammable* odnosi się do wnętrz lub produktów, które prezentują się niezwykle atrakcyjnie i zachęcają ludzi do robienia zdjęć oraz udostępniania ich na swoich profilach na platformach społecznościowych, zwłaszcza na Instagramie. To zjawisko nie tylko sprzyja dodatkowej promocji, ale także przyciąga młodych ludzi, którzy wykorzystują te interesujące tła jako tło do swoich filmików. Powstają nawet specjalne miejsca, które istnieją tylko po to, aby umożliwić ludziom robienie sobie w nich zdjęć do udostępnienia w swoich mediach społecznościowych, przykładem może być Be Happy Museum (<https://behappymuseum.com/>).

Sentyment. Sentymentalne produkty i meble cieszą się ogromną popularnością wśród młodzieży. Są to rzeczy autentyczne, mające historię lub nawiązujące do ostatnich dekad dwudziestego wieku, takie jak płyty winylowe, analogowe aparaty, polaroidy, stare konsole do gier (np. Super Mario czy PacMan). Ten trend obejmuje także wystroju wnętrz, gdzie pozytywne emocje wzbudzają meblöścianki przypominające te z mieszkania babci, rośliny kojarzące się z latami PRL jak monstery lub paprotki oraz materiały takie jak wełna, bambus czy rattan.

*Cocooning* to trend, który koncentruje się na tworzeniu przytulnych i bezpiecznych przestrzeni, które pozwalają nam odizolować się od stresującego świata zewnętrznego. Ten trend stawia na ciszę i spokój, oferując nam miejsca, gdzie możemy się schować i zrelaksować. Wspierają go takie elementy jak zabudowane fotele, miękkie poduszki, ciepłe koce, zastony lub przegrrody w pomieszczeniu oraz odpowiednie oświetlenie. Ideą jest stworzenie otoczenia sprzyjającego poczuciu komfortu i intymności. To trend, który ściśle wiąże się z ideą dobrego samopoczucia i zdrowego stylu życia, co łączy go mocno z trendem *well-being*.

Kryterium użyteczności. Ocena 8/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na dobrym poziomie. Odbiorcami jest młodzież, zachęcana do współpracy i współtworzenia, poprzez mechanizmy gamifikacji. Gamifikacja to strategia wykorzystywania elementów gier w celu zwiększenia zaangażowania, motywacji i interakcji. Polega na zastosowaniu mechanizmów charakterystycznych dla gier, takich jak punkty, nagrody, rywalizacja, poziomy trudności, zadania, czy wyzwania, w niezwiązanym bezpośrednio z grami kontekście.

Kryterium trafności. Ocena 8/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na dobrym poziomie. Niemniej o trafności koncepcji decydować będzie akceptacja rozwiązań przez młodzież oraz umożliwienie jej własnego, kreatywnego podejścia do realizacji koncepcji.

Kryterium skuteczności. 8/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na dobrym poziomie, biblioteki mogą zrealizować tę koncepcję własnymi siłami. Ewentualne ograniczenia związane są z infrastrukturą biblioteki oraz samym zainteresowaniem projektem nastolatków, co będzie wymagać trafiającej do nich komunikacji samej idei projektu.

## Koncepcja 6. Klub ekspertów

Koncepcja jest propozycją skierowaną do uczniów liceów, którzy poszukują bezpiecznego miejsca do realizacji swoich pasji i nawiązania kontaktów z osobami o podobnych zainteresowaniach. Głównym problemem dla tych uczniów jest trudność w dotarciu do miejsc, gdzie coś się dzieje, ze względu na swoje lokalizacje poza miastem. Zależy im na budowaniu nowych znajomości i nie chcą ograniczać się do korzystania z lokalnej biblioteki, którą kojarzą tylko z wypożyczaniem lektur.

Koncepcja proponuje stworzenie przestrzeni, która umożliwi młodzieży rozwijanie swoich zainteresowań i spotykanie się z osobami o podobnych pasjach. To miejsce ma być atrakcyjne dzięki dostępowi do sprzętu, materiałów oraz przyjaznemu wnętrzu, które zachęci do spędzania tam czasu. Młodzi ludzie będą mogli tworzyć, dzielić się swoją twórczością i promować to miejsce w swoich mediach społecznościowych.

Najważniejszym elementem tego rozwiązania jest zaangażowanie samej młodzieży w tworzenie oferty tego miejsca i materiałów promocyjnych. Będą również pełnić rolę ekspertów, prowadząc warsztaty i spotkania dla innych młodych ludzi, dzieląc się swoją wiedzą i inspirując do działania.

Inspiracją jest projekt „Wymiennikownia” w Gdyni, które jest otwartą przestrzenią dla młodych ludzi, wspierającą różne aktywności i organizującą wydarzenia społecznościowe. Pilotowe rozwiązanie sugeruje zaproszenie młodzieży do stworzenia materiałów promocyjnych dla lokalnej biblioteki, co może być pierwszym krokiem w kierunku stworzenia przestrzeni spełniającej ich potrzeby i zainteresowania. Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Odbiorcami jest młodzież, która może tworzyć w autorski sposób zarówno przestrzeń jak i kształtować formy spędzania wspólnego czasu, a biblioteka jest miejscem inicjującym aktywności oraz zapewniającą infrastrukturę.

### Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Niemniej o trafności koncepcji decydować będzie dobra komunikacja oraz/i zaproszenie lokalnych influencerów lub autorytetów do współpracy.

### Kryterium skuteczności. 8/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, biblioteki mogą zrealizować tę koncepcję własnymi siłami.

## Druga tura warsztatów

W zakresie II tury warsztatów opracowano łącznie cztery koncepcje:

1. Skrzynka do rozmowy
2. Warsztaty dla młodzieży: zabębni z nami
3. Strefa opiekuna: rozwiązanie dla dzieci i rodziców
4. Nawigacja wewnątrz biblioteki

## Koncepcja 7.

### Skrzynka do rozmowy

„Skrzynka do rozmowy” to koncepcja skrzynki jako narzędzia mającego na celu poprawę relacji i interakcji między bibliotekami a ich odbiorcami, początkowo skoncentrowaną na nastolatkach, ale potencjalnie dostępną dla różnych grup docelowych, w tym migrantów.

Główne cele projektu to:

- Zachęcenie młodzieży do aktywnego uczestnictwa w instytucjach kultury. Początkowo projekt miał na celu przyciągnięcie nastolatków, którzy zwykle unikają kontaktu z pracownikami bibliotek i instytucji kultury. Chodziło o stworzenie atmosfery, w której młodzież chciałaby przychodzić świadomie, z własnej inicjatywy, a nie tylko po książki.
- Tworzenie głębszych relacji i otwarcie na rozmowę. Wyzwaniem dla młodzieży jest również szczerza rozmowa o swoich emocjach i potrzebach. Skrzynka miałaby pomóc w nawiązaniu anonimowych rozmów, umożliwiając młodym ludziom „bycie usłyszanym” w kontekście swoich problemów i zainteresowań.
- Wspieranie zdrowia psychicznego. Projekt zakładał wykorzystanie skrzynki jako narzędzia terapeutycznego, umożliwiającego młodym ludziom wyrażenie swoich emocji i uzyskanie wsparcia w obszarze zdrowia psychicznego, który został uznany za pilny problem.

Opis koncepcji skrzynki:

- skrzynka ma umożliwić anonimową rozmowę, aby nawiązać głębsze relacje zarówno z instytucją kultury, jak i pracownikami,



- pracownicy mają korzystać z treści zgłaszanych przez użytkowników skrzynki, aby dostosować swoje programy i działania do zainteresowań i potrzeb młodzieży,
- skrzynka ma zachęcać do regularnych wizyt poprzez zadawanie użytkownikom pytań, na które odpowiadali anonimowo,
- uniwersalność i niska cena wykonania projektu były kluczowymi cechami, które umożliwiają jego prostą implementację bez dużych nakładów finansowych,
- koncepcja skrzynki ma służyć jako narzędzie do tworzenia głębszych relacji z młodzieżą, poprawy zdrowia psychicznego oraz zwiększenia zaangażowania się w instytucje kultury, jednocześnie będąc rozwiązaniem ekonomicznym i prostym do wdrożenia.

*Agnieszka Mróz: „[Bibliotekarze] często są jedną nogą w papierach i rzeczach biurokratycznych. Z drugiej strony wymaga się od nich kreatywności, animacji itd. Ten miks kompetencyjny, które tam jest niezwykle wymagający i w zakresie kompetencji i osobowości, postawy.”*

#### Ścieżki rozwoju koncepcji:

- Współpraca międzyinstytucjonalna. Proponuje się wzmocnienie idei „skrzynki do rozmowy” poprzez nawiązanie partnerstw między różnymi instytucjami kulturalnymi i społecznymi, takimi jak biblioteki, instytucje kultury, szkoły i organizacje młodzieżowe. Celem jest umożliwienie uczestnikom korzystania z różnorodnych perspektyw i tematów oraz wymiana informacji i dobrych praktyk.
- Gamifikacja. Skrzynki mogą być wykorzystywane jako element gamifikacji. Czytelnicy mogą szukać skrzynek w jednej instytucji lub „zbierać skrzynki”, wypełniając odpowiedzi w różnych miejscach.
- Angażujące pytania. Aby rozwiązanie było atrakcyjne, skrzynki powinny zawierać pytania, które skłaniają do głębszej refleksji i przemyśleń, aby czytelnicy mogli nawiązać głębszą relację z rozwiązaniem i instytucją.
- Publiczne tablice odpowiedzi. Po pewnym czasie odpowiedzi mogą być wywieszane na tablicy dostępnej w widocznym miejscu w bibliotece, co może pomóc w budowaniu społeczności wewnątrz.
- E-skrzynka. Rozważa się przeniesienie skrzynek do świata online, co może zwiększyć dostępność i zasięg rozwiązania.
- Kody QR. Współczesne technologie, takie jak kody QR, mogą być wykorzystane do wzbogacenia doświadczenia związanego ze skrzynką poprzez udostępnianie dodatkowych treści online.

- Kreatywne wzornictwo skrzynek. Eksperymentowanie z różnymi wzorami i kształtami skrzynek może przyciągnąć uwagę młodzieży i innych grup odbiorców. Organizowanie warsztatów, w których uczestnicy tworzą własne skrzynki, może zwiększyć zaangażowanie i poczucie twórczości.
- Tematyczny miesiąc. Skrzynki mogą być związane z tematycznym miesiącem w bibliotece, promując książki z danej dziedziny, a skrzynka może dopełnić temat i angażować czytelników.
- Wydarzenia towarzyszące. Organizacja wydarzeń towarzyszących, takich jak spotkania autorskie, warsztaty, konkursy, wystawy czy wykłady, może dodatkowo zachęcać do odwiedzania instytucji i inspirować do dalszych dyskusji i refleksji.
- Edukacyjne aspekty skrzynki. Skrzynka może pełnić funkcję edukacyjną poprzez dostarczanie materiałów informacyjnych na różne tematy, ciekawostki, wskazówki i rekomendacje, co może poszerzać wiedzę i umiejętności czytelników.

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Feedback od czytelników i użytkowników bibliotek ma ogromne znaczenie dla ich funkcjonowania i doskonalenia. To cenny mechanizm, który pomaga bibliotekom lepiej spełniać potrzeby swoich użytkowników.

Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Biblioteki mogą używać feedbacku do planowania nowych inicjatyw i programów. Współpraca z czytelnikami i użytkownikami może zwiększyć jej atrakcyjność. Komentarze mogą pomóc w selekcji nowych zakupów i tworzeniu usług.

Kryterium skuteczności. 9/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie, biblioteki mogą realizować tę koncepcję własnymi siłami, ekonomicznie. Użytkownicy mogą zgłaszać sugestie dotyczące ulepszeń infrastruktury i wyposażenia biblioteki, a dzięki feedbackowi biblioteki mogą prowadzić badania i analizy statystyczne.

## Koncepcja 8. Warsztaty dla młodzieży: zabębni z nami

Koncepcja przedstawia propozycję skierowaną do młodzieży w wieku 12-18 lat, mającą na celu zaangażowanie ich w życie instytucji kultury. Autorzy koncepcji zauważyli, że młodzież rzadko spędza czas w instytucjach kultury, często nie zdając sobie sprawy z tego, że takie miejsca mogą być atrakcyjne dla nich. Misją projektu jest wykorzystanie dostępnych zasobów takich jak instrumenty muzyczne, aby zachęcić młodzież do regularnych odwiedzin i stworzyć relacje między instytucją a młodzieżą, aby ci czuli, że instytucja jest miejscem, w którym mogą spędzać czas.

Rozwiązanie opiera się na analizie istniejących zasobów, takich jak umiejętności pracowników, dostępność sprzętu i przestrzeni, a następnie tworzeniu nowej oferty skierowanej do wybranej grupy docelowej, wykorzystując te zasoby. Kluczowym elementem jest komunikacja z wybranymi odbiorcami oraz dostosowanie oferty do ich potrzeb.

Przykładem rozwiązania jest propozycja warsztatów muzycznych z wykorzystaniem bębnow. Podobne warsztaty, które wcześniej były skierowane do osób starszych, teraz są dostosowane do młodszej grupy wiekowej, używają prostego języka i budują relacje na poziomie „Ty” z uczestnikami. Te same warsztaty mogą być oferowane również dla migrantów lub osób z niepełnosprawnością.

Kluczowe kroki w realizacji tego rozwiązania obejmują analizę dostępnych zasobów, projektowanie wydarzeń lub warsztatów dostosowanych do wybranej grupy odbiorców, komunikację w prostym języku i atrakcyjnym miejscu dla danej grupy, różne sposoby zapisywania się na wydarzenia, opiekę nad uczestnikami oraz zachęcanie ich do uczestnictwa w kolejnych wydarzeniach i spędzania czasu wolnego.

Celem jest przekształcenie instytucji kultury w przestrzeń przyjazną młodzieży, migrantom i innym grupom docelowym oraz zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej poprzez różnorodne programy dostosowane do ich potrzeb. Komunikacja wydarzenia powinna wykorzystywać prosty język oraz formę i umiejscowienie atrakcyjne dla wybranej grupy docelowej (np. dla OzN poradniach, gabinetach rehabilitacyjnych, dla młodzieży w szkołach, na przystankach autobusowych, dla migrantów w miejscach publicznych, świetlicach, szkołach) oraz online.

Inspiracją koncepcji było kilka różnych wydarzeń i projektów kulturalnych, które miały miejsce w różnych miejscach w Polsce i za granicą:

- „Trzydniowy cykl wydarzeń +Poznańska kultura dla Ukrainy. Rok po wybuchu wojny” to projekt, który miał na celu spotkanie kultur i wymianę doświadczeń związanych z obecnością społeczności ukraińskiej w różnych instytucjach kulturalnych. Wydarzenia odbyły się w Bibliotece Raczyńskich w Poznaniu między 7 a 9 marca 2023 roku. Projekt ten promował również ukraińską literaturę i sztukę oraz stworzył okazję dla mieszkańców Poznania do bliższego poznania kultury Ukrainy.

Agnieszka Mróz: „To co jest wyróżnikiem biblioteki jako miejsca kultury to potencjał na to aby być miejscem do którego po prostu się przychodzi: posiedzieć, porobić swoje rzeczy, a nie uczestniczyć w zajęciach. To widać na przykładzie „Biblioteki z pasją” w Gdyni przy Pomorskim Parku Naukowo-Technologicznym, do której po prostu młodzi ludzie przychodzi. Choć ma ona bogatą ofertę to wartością samą w sobie jest już to, że młodzi po prostu mogą przyjść, posiedzieć i porobić swoje rzeczy, traktować bibliotekę jako ich miejsce.”

Natalia Gromow: „Myśląc o obcokrajowcach, to dla mnie najważniejsze jest to, żeby uczulać biblioteki na to, żeby nie zajmować się tylko i wyłącznie uchodźcami z Ukrainy, żeby wszyscy obcokrajowcy w bibliotece byli na tych samych prawach i tak samo traktowani. Biblioteka powinna być otwarta dla wszystkich i wszyscy mają w niej takie same prawa do korzystania z niej, bez względu na narodowość.”

- „Wszystko gra?” to kampania społeczna prowadzona przez Teatr Współczesny, która promuje udział w kulturalnych wydarzeniach jako sposób dbania o dobrostan psychiczny. Kampania ma na celu zachęcenie mieszkańców Polski do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych jako środka poprawy ich kondycji psychicznej.
- Tydzień Biblioteki w Warszawie to inicjatywa, podczas której biblioteka zaprosiła przedstawiciela z wydawnictwa BIS, aby opowiedzieć przedszkolakom o procesie wydawniczym. To miało na celu zwiększenie zrozumienia procesu tworzenia książek.
- Śląska Akademia Komiksu (ŚLAK) zaprosiła dzieci na warsztaty komiksowe o nazwie „ŚLAczeK”, skierowane do dzieci i młodzieży w wieku 8-12 lat. Warsztaty te promują tworzenie postaci i historii komiksowych oraz podkreślają, że nie trzeba umieć rysować, aby wziąć udział w tych zajęciach. To może być również atrakcyjne dla migrantów i innych grup społecznych.

Wszystkie te inicjatywy kulturalne miały na celu promowanie kultury, edukację oraz integrację różnych grup społecznych poprzez udział w wydarzeniach.

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Wysoką użytecznością jest przekształcanie instytucji kultury w otwartą przestrzeń, która jest przyjazna młodzieży, migrantom oraz innym grupom docelowym. Jest to osiągnięte poprzez rozwijanie różnorodnych programów dostosowanych do potrzeb tych grup oraz zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej.

Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Proponowane warsztaty bębniarskie oferują uczestnikom możliwość wyrażania siebie poprzez muzykę i rytm. To może prowadzić do tworzenia nowych dzieł muzycznych, tekstów czy choreografii, które mogą wzbogacać kulturę. Granie na bębnach jest aktywnością, która często odbywa się w grupie. Warsztaty bębniarskie promują współpracę, interakcję i komunikację między uczestnikami. To może pomagać w budowaniu społecznych więzi i wzmacnianiu wspólnoty. Poprzez uczestnictwo w szeroko pojętych warsztatach muzycznych, osoby z różnych sfer kulturowych czy społecznych mogą poznać i zrozumieć siebie nawzajem oraz rozwijać empatię. To może przyczynić się do redukcji stereotypów i uprzedzeń.

Kryterium skuteczności. 9/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Warsztaty muzyczne pomagają uczestnikom rozwijać umiejętności muzyczne, rytmiczne i artystyczne. To może prowadzić do rozwoju talentów i pasji, a także promować sztukę i kulturę jako ważne dziedziny życia.

## Koncepcja 9

### Strefa opiekuna: rozwiązanie dla dzieci i rodziców

Koncepcja skierowana jest głównie do opiekunów i rodziców małych dzieci, w tym także do rodzin migrantów. Celem jest dostarczenie możliwości spokojnego i wartościowego spędzenia czasu dla rodziców i dzieci, zwłaszcza w natłoku codziennych obowiązków. Wiele rodziców uważa kulturę za ważny element rozwoju dzieci, ale często mają trudności z regularnym korzystaniem z bibliotek z powodu pośpiechu i opieki nad dziećmi. Rodziny migrantów mogą być również nieświadome oferty bibliotek, co prowadzi do ich wykluczenia z życia kulturalnego i społecznego.

Misją projektu jest zwiększenie dostępności instytucji kulturalnych dla rodziców i dzieci, szczególnie matek. Poprzez stworzenie atrakcyjnych i bezpiecznych przestrzeni, biblioteki mają stać się miejscem, gdzie rodzice i dzieci mogą aktywnie spędzać czas. Dla rodzin migrantów, celem jest także integracja społeczna i kulturowa.

Rozwiązanie zakłada zestaw usług skierowanych zarówno do rodziców, jak i dzieci. W planach jest wydzielenie przestrzeni dla najmłodszych, gdzie rodzice mogą zostawić je pod opieką wykwalifikowanych pracowników instytucji, dając sobie tym samym czas na spokojne korzystanie z dostępnej oferty, np. czytanie książek, lub załatwianie prywatnych spraw. Przestrzeń ta miałaby także służyć do zabawy rodzica z dzieckiem. Dodatkowo, przewidziano kącik do karmienia dla matek.

Przez dostarczanie ciekawych książek, zabawek i towarzystwa innych dzieci wspiera się integrację społeczną. Biblioteka staje się miejscem aktywnego spędzania czasu, a także organizowania urodzin dla dzieci. Całość ma być przytulna i komfortowa zarówno dla rodziców, jak i dzieci.

Kluczowe kroki projektu obejmują konsultacje z instytucją, przeszkolenie personelu, zadbanie o odpowiednią przestrzeń dla dzieci, dostarczenie materiałów edukacyjnych, komunikację w różnych językach, zbieranie feedbacku od rodziców i dzieci oraz ewentualne rozszerzenie oferty o dodatkowe usługi.

Ostatecznym celem jest stworzenie elastycznej i dostępnej przestrzeni, która spełnia potrzeby różnych grup odbiorców, w tym migrantów oraz rodzin z dziećmi.

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Przez tworzenie atrakcyjnych i bezpiecznych otoczeń, biblioteki stają się miejscem, gdzie zarówno rodzice, jak i dzieci mogą aktywnie i harmonijnie spędzać czas. Dla rodzin migrantów celem jest także budowanie mostów społecznej i kulturowej integracji.

Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Inicjatywy promujące integrację społeczną dzieci poprzez dostarczanie ciekawych książek, zabawek oraz możliwość

interakcji z innymi dziećmi mają wysoką wartość. Biblioteka staje się centrum aktywności, oferując nie tylko zasoby czytelnicze, ale także organizując wydarzenia dla dzieci.

Kryterium skuteczności. 7/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na dobrym poziomie. Niemniej wysoka atrakcyjność projektu dla dzieci i rodziców może być związana z pojawianiem się problemów natury infrastrukturalnej oraz społecznej (np. biblioteki nie powinny przejmować funkcji przedszkoli, placów zabaw, kawiarni dla matek z dziećmi).

## Koncepcja 10

### Nawigacja wewnątrz biblioteki

Koncepcja proponuje rozwiązanie mające na celu zwiększenie dostępności bibliotek dla osób z barierą językową. Bariera ta utrudniała korzystanie z oferty biblioteki, a także nawigację wewnątrz placówki. Osoby z tą barierą mogą czuć się wykluczone z życia społecznego i kulturowego. Projekt, ma na celu rozwiązanie tego problemu poprzez kompleksowy system oparty na kody QR.

Główne elementy rozwiązania to:

- Kody QR. Dostępne w całej bibliotece pozwalają na skanowanie ich za pomocą smartfonów, co umożliwia dostęp do informacji dotyczących biblioteki w różnych językach.
- Przewodnicy. Pracownicy biblioteki lub wolontariusze angażują się w pomoc odwiedzającym, zapewniając wsparcie i asystę. Spotkanie z przewodnikiem można umówić telefonicznie lub przez stronę internetową.
- Pre-Przewodnik. Przed wizytą w bibliotece odbiorcy mogą zapoznać się z materiałami informacyjnymi, które mogą być także pomocne dla osób z innymi rodzajami wykluczeń, takimi jak niepełnosprawność czy spektrum autyzmu.
- Księgozbiór w różnych językach. Biblioteka ma w swoim zbiorze książki w różnych językach, reprezentujące różne kultury, aby osoby z bariery językowej miały większy wybór i dostęp do literatury w ich ojczystym języku.
- Piktogramy. Wspierają komunikację i nawigację za pomocą graficznych symboli, które są dostępne dla różnych grup odbiorców, niezależnie od barier językowych.

Wdrożenie rozwiązania obejmuje przeszkolenie personelu, testowanie systemu w wielu językach, pilotaż wydarzenia oprowadzającego z przewodnikiem oraz komunikację wśród odwiedzających. System będzie także stale monitorowany i dostosowywany na podstawie opinii użytkowników.

Ścieżki rozwoju koncepcji obejmują organizację różnorodnych aktywności kulturalnych, wydarzeń dla osób obcojęzycznych, wsparcie nauki języka polskiego, opowieści kulturalne, spacerów kulturalnych, angażujące kody QR oraz audioprzewodniki. Dostępność jest kluczowym aspektem rozwiązania, zwracając uwagę na ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami oraz tych, którzy niechętnie korzystają z smartfonów. Inspiracje do tego projektu można

odnaleźć w innych inicjatywach, takich jak „Magnus Cards” i „Baj bez Barrier” Teatru Baj, które również dążą do zapewnienia równego dostępu do kultury.

Kryterium użyteczności. Ocena 9/10

W zakresie użyteczności należy ocenić tę koncepcję na wysokim poziomie. Przez stworzenie uniwersalnej komunikacji wewnątrz biblioteki, staje się ona dostępna dla szerszych grup odbiorców. Kryterium trafności. Ocena 9/10

Koncepcję tę warto ocenić pod kątem trafności na wysokim poziomie. Powszechność smartfonów umożliwia łatwe korzystanie z kodów QR w szerokim spektrum zastosowania, a różnorodność i elastyczność biblioteki zapewnia możliwości dostępu dla zróżnicowanych grup odbiorców.

Kryterium skuteczności. 8/10

W zakresie skuteczności należy ocenić tę koncepcję na dobrym poziomie.

Wśród ciekawych projektów realizowanych w Polsce przez inne organizacje można wymienić m.in. przykłady projektów:

- „Window on Korea” – powstały z myślą o Koreańczykach zatrudnionych i mieszkających we Wrocławiu, którym starano się zapewnić możliwość kontaktu ze swoją kulturą (<http://www.wbp.wroc.pl/>)<sup>17</sup>,
- Biblioteka 7 kontynentów – stworzony z myślą o najmłodszych czytelnikach, których starano się zachęcić do odwiedzin proponując im wędrowkę po morzach i kontynentach, w czasie i przestrzeni, w świecie realnym i wirtualnym, przedstawionym w utworach literackich. Wielokulturowość, interaktywność i multimedialność miała być magnesem, który przyciągnie dzieci (<http://www.wbp.wroc.pl/>)<sup>18</sup>.

Iwona Osłowska tak opisuje ciekawe rozwiązania: „Ciekawy projekt zrealizowano również we wschodniolondyńskiej dzielnicy, gdzie powstał „butik z pomysłami” – Idea Store. Jest to w pewnym stopniu biblioteka, choć nazwa tego nie sugeruje. Potrzebowano nowej formy, która przemawiałaby do masowego czytelnika w jego języku. Stąd narodził się pomysł, by stworzyć czytelną połączoną z kawiarnią, gdzie dostępne jest wi-fi i prowadzone są zajęcia edukacyjne dla dorosłych. Dodatkowo do odwiedzin zachęca też przestrzeń niepozabawiona wyrafinowania. „Nie ma tam kilometrów półek z książkami, tylko esowato wygięte regały ze sklejk na kółkach, ustawione w kameralny

17. Osłowska, Iwona, *Biblioteki* ..., op.cit. s. 568.

18. Osłowska, Iwona, *Biblioteki* ..., op.cit. s. 568.

labirynt, po którym można błądzić. Regały są niskie, w każdym miejscu czuć, że się jest w jednym wielkim pokoju. Materiały wykończeniowe są urozmaicone (...). W rezultacie wewnątrz jest ciepłe, domowe, skromne, wykończenie z surowego drewna, z cienkich jak papier laminatów (...). Ten pomysł się sprawdził a lokalna społeczność chętniej odwiedza to miejsce – statystyki wzrosły wielokrotnie<sup>19</sup>.

### Flow up w kulturze w miastach i na wsi

Korzystanie z bibliotek na obszarach wiejskich, miejsko-wiejskich i w dużych miastach odgrywa istotną rolę w życiu społeczności i jednocześnie odzwierciedla różnice w dostępie do kultury i wiedzy w różnych środowiskach. Każdy z tych obszarów ma swoje unikalne wyzwania i korzyści związane z dostępem do bibliotek, które są ważne dla rozwoju społecznego i edukacyjnego.

Biblioteki na obszarach wiejskich to:

- Promowanie czytelnictwa. W małych wioskach biblioteki często stanowią główne miejsce, gdzie mieszkańcy mogą pozyskiwać książki i materiały do czytania. To istotne, aby rozwijać umiejętności czytelnicze i edukację mieszkańców obszarów wiejskich.
- Centrum kulturowe społeczności. W bibliotekach wiejskich często organizowane są różnego rodzaju spotkania, warsztaty i wydarzenia kulturalne, które integrują społeczność lokalną. To miejsce, gdzie ludzie mogą wymieniać doświadczenia i uczyć się od siebie nawzajem.
- Wsparcie edukacyjne. Dla uczniów z obszarów wiejskich biblioteki są często źródłem materiałów edukacyjnych i miejscem, gdzie mogą korzystać z internetu w celach naukowych. To pomaga w wyrównywaniu szans edukacyjnych między obszarami wiejskimi a miejskimi.

Biblioteki miejsko-wiejskie to:

- Łączenie dwóch światów. Biblioteki na obszarach miejsko-wiejskich pełnią rolę mostu między życiem wiejskim a miejskim. Dostarczają dostęp do szerokiej gamy książek, informacji i technologii, które mogą pomóc mieszkańcom w dostosowaniu się do zmieniających się potrzeb.
- Wspieranie lokalnego rozwoju. Biblioteki te często angażują się w projekty społeczne, edukacyjne i kulturalne, które

*Przemysław Czaja: „Prawdopodobnie wielkość biblioteki, wielkość gminy, w której się znajduje, dyktuje to, czy młodzież jest odbiorcą biblioteki.”*

19. Ostowska, Iwona, *Biblioteki ...*, op.cit. s. 568-569.



promują rozwój lokalnych społeczności. Przykłady to kursy zawodowe, programy edukacyjne dla dzieci czy wsparcie dla lokalnych przedsiębiorców.

- Świetne miejsce do nauki. Mieszkańcy miejsko-wiejskich obszarów mogą korzystać z bibliotek jako miejsc do nauki, czytania i dostępu do internetu. Dla wielu osób jest to także ciche miejsce do pracy lub nauki.

Biblioteki w Trójmieście:

- Bogactwo zasobów. Biblioteki trójmiejskie oferują dostęp do ogromnej ilości książek, czasopism, badań naukowych i innych materiałów. To miejsce, gdzie każdy może znaleźć coś interesującego dla siebie.
- Centra kultury i wiedzy. Biblioteki w Trójmieście często organizują konferencje, wystawy, spotkania autorskie i inne wydarzenia kulturalne. Są one ważnymi miejscami kształtującymi życie kulturalne konurbacji trójmiejskiej.
- Wsparcie naukowe i edukacyjne. Studenci i badacze korzystają z bibliotek miejskich jako źródła informacji i materiałów do swoich projektów. Dostęp do baz danych, archiwów i specjalistycznych zbiorów jest nieoceniony dla rozwoju nauki i edukacji.

Porównanie obszaru wiejskiego, miejsko-wiejskiego i Trójmiasta w zakresie rozwoju bibliotek może uwzględniać różnice w dostępie do zasobów, potrzebach społeczności oraz dostępnych środkach finansowych. Oto kilka kluczowych punktów porównania:

#### 1. Dostępność i zasoby.

- Obszar wiejski. Biblioteki wiejskie często mają mniejsze budżety i mniej zasobów niż miejskie lub wielkomiejskie biblioteki. Mogą mieć ograniczoną liczbę książek, czas otwarcia i dostęp do nowoczesnych technologii.
- Obszar miejsko-wiejski. Biblioteki w takich obszarach mogą stanowić pośrednią opcję, oferując nieco większe zasoby niż wiejskie, ale wciąż często o mniejszym budżecie niż biblioteki w dużych miastach.
- Trójmiasto. Biblioteki mają zazwyczaj większe budżety, co pozwala im na zakup większej liczby książek, dostęp do nowoczesnych technologii i organizację różnorodnych programów kulturalnych.

#### 2. Zróżnicowanie społeczności.

- Obszar wiejski. W społecznościach wiejskich biblioteki często pełnią rolę centralnego punktu spotkań, gdzie mieszkańcy mogą korzystać z różnych usług kulturalnych i edukacyjnych. Zazwyczaj są bardziej zaangażowane w działania społeczne.
- Obszar miejsko-wiejski. Biblioteki w takich obszarach mogą służyć jako miejsce integracji dla mieszkańców z różnych środowisk, łącząc cechy wiejskie i miejskie.
- Trójmiasto. Biblioteki obsługują bardziej zróżnicowane społeczności pod względem wieku, pochodzenia etnicznego i zainteresowań, co wpływa na różnorodność ich zbiorów i programów.

### 3. Dostęp do technologii.

- Obszar wiejski. Biblioteki wiejskie mogą mieć ograniczony dostęp do nowoczesnych technologii, co może wpłynąć na dostępność usług online i cyfrową edukację.
- Obszar miejsko-wiejski. W obszarach miejsko-wiejskich biblioteki starają się dostarczać usługi online, ale mogą napotykać na ograniczenia infrastruktury i budżetu.
- Trójmiasto. Biblioteki zazwyczaj oferują dostęp do zaawansowanych technologii, w tym do komputerów, internetu i nowoczesnych narzędzi edukacyjnych.

### 4. Programy i inicjatywy.

- Obszar wiejski. Biblioteki wiejskie często koncentrują się na programach edukacyjnych i kulturalnych, które są dostosowane do lokalnych potrzeb i zainteresowań.
- Obszar miejsko-wiejski. Biblioteki w takich obszarach mogą łączyć różne aspekty kultury wiejskiej i miejskiej w swoich programach.
- Trójmiasto. Biblioteki mają zazwyczaj szeroką ofertę programów kulturalnych, edukacyjnych i artystycznych, które przyciągają różnorodne grupy społeczne.





## Rozdział 3. Rekomendacje dla bibliotek

Kultura jest nieodłącznie związana z tożsamością narodową i osobistą. Jest źródłem inspiracji, poznania oraz rozwoju społeczeństw. Marketing, z kolei, to zestaw strategii i działań mających na celu zaspokojenie potrzeb konsumentów, kreowanie wartości i budowanie marki. Integracja tych dwóch dziedzin stanowi kluczowy element wspierania rozwoju kultury.

Marketing w kontekście kształtowania i komercjalizacji wartości, odgrywa istotną rolę w rozwoju kultury, wpływając na sposób, w jaki kultura jest tworzona, promowana i konsumowana. Znaczenie marketingu dla kultury bibliotek publicznych, koncentruje się na jego roli w propagowaniu konsumpcji kultury, zachowaniu dziedzictwa kulturowego oraz kształtowaniu społecznych postaw i wartości. Dzięki narzędziom marketingowym, takim jak spotkania, wystawy, koncerty, filmy, książki, media społecznościowe, wartości mogą być dostarczane do szerokiej publiczności. Poprzez odpowiednią strategię marketingową, dobra kultury stają się bardziej dostępne i zrozumiałe dla masowego odbiorcy, co z kolei przyczynia się do jej rozwoju i uznania.

Poprzez kampanie edukacyjne, promocję wartości kulturowych oraz aktywne uczestnictwo w życiu kulturalnym społeczeństwa, marketing może wpływać na pozytywne zmiany społeczne. Na przykład, promowanie tolerancji, różnorodności i szacunku w ramach kampanii kulturalnych może przyczynić się do bardziej otwartego i zrozumiałego społeczeństwa.

Współczesne wydarzenia kulturalne są często rezultatem skomplikowanych strategii marketingowych, które pozwalają im osiągnąć sukces i wpłynąć na społeczeństwo. Jednak marketing kultury musi również dostosowywać się do zmieniających się trendów i wyzwań, aby skutecznie wspierać rozwój kultury w przyszłości.

W dzisiejszym świecie, który jest coraz bardziej zglobalizowany i zdominowany przez technologię, konieczne jest dostosowywanie strategii marketingowych do zmieniających się potrzeb i oczekiwań publiczności. Ponadto, konkurencja o uwagę społeczeństwa jest coraz większa, co wymaga kreatywności i innowacyjności w podejściu do marketingu kultury.

Iwona Osłowska tak opisuje ciekawe rozwiązania: „Innym sposobem na wypromowanie małych ośrodków jest ich udział w dużych imprezach, propagujących ideę czytelnictwa, jak np. Noc Bibliotek, podczas której swoją ofertę przedstawiają nie tylko biblioteki akademickie, ale również publiczne i szkolne, księgarnie, a także domy kultury, a nawet kawiarnie (w 2016 r. ok. 1000 placówek z całego kraju; w 2017 r. ponad 1300; w 2018 r. powyżej 1800). Patronat honorowy nad wspomnianą imprezą pełni Biblioteka Narodowa. Organizatorzy na swojej

stronie internetowej zamieszczają wiele wskazówek i propozycji, jak interesująco zaplanować tą wyjątkową noc ([www.nocbibliotek.org](http://www.nocbibliotek.org)). Tego typu spotkania są okazją, nie tyle do zaprezentowania swoich zbiorów, co do pokazania wielowymiarowości i wielofunkcyjności współczesnych bibliotek, które zapraszają wszystkich, niezależnie od wieku, do wspólnej zabawy i zachęcają w tak niekonwencjonalny sposób do czytania”.

### **Potrzebny marketing**

Kluczową rekomendacją w zakresie rozwoju bibliotek jest planowanie i kontrola działań w kontekście koncepcji marketingowej. Koncepcja marketingowa dla biblioteki odnosi się do strategii i działań marketingowych, które mają na celu promowanie i zwiększanie świadomości o usługach i zasobach w społeczności lokalnej lub wśród użytkowników oraz prowadzenie działań by przyciągać czytelników, uczniów lub studentów i inne grupy zainteresowań, a także utrzymywać ich zaangażowanie.

Koncepcja marketingowa rozwoju biblioteki powinna uwzględniać różne elementy, aby skutecznie promować i rozwijać tę instytucję. Kluczowe elementy, które można uwzględnić w takiej koncepcji to:

- Analiza otoczenia:
  - Badanie potrzeb i oczekiwań społeczności lokalnej oraz użytkowników biblioteki.
  - Analiza konkurencji, czyli innych instytucji kulturalnych, edukacyjnych lub bibliotek w okolicy.
  - Śledzenie trendów i zmian w dziedzinie bibliotekarstwa oraz edukacji.
- Wizja i cele:
  - Określenie długoterminowych celów rozwoju biblioteki, np. zwiększenie czytelnictwa, promowanie edukacji czy kultury.
  - Wypracowanie wizji, która będzie inspirująca dla personelu i użytkowników biblioteki.
- Segmentacja odbiorców:
  - Podział społeczności lokalnej na grupy docelowe, np. dzieci, młodzież, dorośli, seniorzy.
  - Dopasowanie oferty i działań marketingowych do potrzeb różnych grup.
- Produkt i usługi biblioteczne:
  - Rozwinięcie oferty, takiej jak książki, e-booki, audiobooki, filmy, czy czasopisma.
  - Organizacja wydarzeń kulturalnych, warsztatów, spotkań autorskich i innych programów edukacyjnych.
  - Wykorzystanie nowoczesnych technologii, takich jak dostęp do internetu, dostęp do baz danych i elektronicznych zasobów.

- **Komunikacja:**
  - Opracowanie strategii komunikacyjnej, w tym reklama, media społecznościowe, witryna internetowa i newsletter.
  - Tworzenie materiałów promocyjnych, takich jak plakaty, ulotki i broszury.
  - Organizacja kampanii promocyjnych i wydarzeń, aby przyciągnąć uwagę społeczności.
- **Zasoby ludzkie:**
  - Zapewnienie odpowiedniego szkolenia i rozwoju dla personelu biblioteki, aby mogli efektywnie obsługiwać użytkowników.
  - Tworzenie zespołu, który będzie odpowiedzialny za rozwijanie koncepcji marketingowej i jej wdrażanie.
- **Pomiar wyników:**
  - Określenie wskaźników sukcesu, które pozwolą monitorować skuteczność działań marketingowych, np. wzrost liczby czytelników, uczestników wydarzeń czy zwiększenie wypożyczeń.
  - Regularna analiza wyników i dostosowywanie strategii na podstawie zebranych danych.
- **Budżet:**
  - Określenie budżetu na działania marketingowe i promocyjne oraz alokacja środków na poszczególne inicjatywy.
  - Zaangażowanie społeczności:
  - Wspieranie partycypacji społeczności lokalnej w kształtowaniu oferty biblioteki i podejmowaniu decyzji dotyczących jej rozwoju.
- **Monitorowanie trendów i dostosowywanie strategii:**
  - Stałe śledzenie zmian w dziedzinie bibliotekarstwa, edukacji i kultury oraz dostosowywanie strategii marketingowej do nowych wyzwań i możliwości.

Koncepcja marketingowa rozwoju biblioteki powinna być elastyczna i dostosowywana do zmieniających się warunków i potrzeb społeczności, której biblioteka służy.

Zwiększenie frekwencji odwiedzających bibliotekę może wymagać różnych działań, zarówno marketingowych, jak i organizacyjnych:

- **Promocja wydarzeń i programów.** Zorganizuj różnorodne wydarzenia, takie jak czytanie dla dzieci, spotkania autorskie, warsztaty czy klub czytelniczy. Promuj te wydarzenia w lokalnych mediach, na stronie internetowej biblioteki, w mediach społecznościowych i w lokalnych ogłoszeniach.
- **Zaktualizuj i uatrakcyjnij przestrzeń.** Spraw, aby biblioteka była atrakcyjnym miejscem do odwiedzenia. Uaktualnij wnętrza, dodaj wygodne miejsca do czytania i pracy, a także miejsca do spotkań i nauki. Stwórz przyjazne i inspirujące otoczenie.
- **Rozwijaj zbiory.** Bądź na bieżąco z trendami i potrzebami społeczności. Inwestuj w nowe książki, czasopisma, filmy, audiobooki i inne materiały. Możesz także zbierać sugestie od użytkowników w tej kwestii.

- Działania marketingowe. Stwórz strategię marketingową, która będzie promować bibliotekę. To może obejmować reklamy w lokalnych mediach, ulotki, plakaty i działania online, takie jak kampanie reklamowe w mediach społecznościowych.
- Współpraca z lokalnymi instytucjami. Nawiąż współpracę z lokalnymi szkołami, uczelniami, organizacjami społecznymi i firmami. To może pomóc w dotarciu do nowych odbiorców i organizacji wspólnych projektów.
- Usługi online. Rozwijaj dostępność usług online, takich jak wypożyczanie e-booków, audiobooków i dostęp do bazy danych. To może przyciągnąć osoby, które wolą korzystać z biblioteki zdalnie.
- Działania społecznościowe. Bądź aktywny w mediach społecznościowych, prowadź bloga bibliotecznego, udostępniaj ciekawe treści i informacje. Zachęcaj użytkowników do udostępniania swoich opinii i doświadczeń związanych z biblioteką.
- Programy partnerskie. Nawiąż współpracę z innymi instytucjami kulturalnymi i edukacyjnymi w celu organizowania wspólnych programów i wydarzeń. To może przyciągnąć różne grupy odbiorców.
- Badanie opinii. Przeprowadzaj regularne badania opinii użytkowników, aby dowiedzieć się, jakie są ich potrzeby i oczekiwania. Na podstawie tych wyników dostosowuj działania.
- Edukacja czytelników. Zorganizuj warsztaty czytelnicze, kursy umiejętności informacyjnych i programy edukacyjne dla różnych grup wiekowych.
- Dostosowanie godzin otwarcia. Dogodne godziny otwarcia, które odpowiadają potrzebom społeczności, w tym godziny wieczorne i weekendowe.
- Wsparcie dla różnorodności. Zbiory i programy biblioteki powinny być zróżnicowane i odzwierciedlały różnorodność społeczności.

Biblioteka może podejmować różne działania promocyjne, aby przyciągnąć nowych czytelników, zwiększyć swoją widoczność w społeczności oraz zachęcić istniejących użytkowników do korzystania z jej zasobów. Kluczowe narzędzia promocyjne dla sektora bibliotecznego to:

- Wykorzystanie mediów społecznościowych.
  - Utworzenie i aktywne zarządzanie profilami biblioteki na głównych platformach społecznościowych, takich jak

*Natalia Gromow: „Takim naszym w Gdyni głównym kanałem informacji o tym, co dzieje się w bibliotece jest profil na Facebooku. Mamy też z takich internetowych narzędzi profil na Instagramie, stronę internetową, z której można się zapisać do newslettera z wyborem tego, co kogo interesuje najbardziej. Jeżeli chodzi o seniorów, to specyfiką naszego miasta jest pismo „Ratusz”, które po prostu robi nam świetną reklamę. (...) Dużo bardziej działa zachęcenie, zaproszenie osoby przez bibliotekarza niż wręczenie mu samej ulotki z informacją. A ponieważ tych wydarzeń jest sporo, to teraz przeszliśmy na zrobienie takich zbiorczych ulotek miesięcznych z informacjami na temat tego, co się w ogóle dzieje w 20 bibliotekach w Gdyni, które są podzielone rejonami. Wykorzystujemy czasem płatną reklamę na Facebooku. Wykorzystujemy wszelkiego rodzaju dostępne kanały, które są w mieście, które są związane z promocją miasta. Czasem przy dużych wydarzeniach robimy kampanie plakatowe, outdoorowe.”*



Facebook, TikTok, Instagram itp. oraz platformach społeczności imigracyjnej, grupach tematycznych.

- Regularne publikowanie treści związanych z wydarzeniami bibliotecznymi, nowymi książkami, ciekawymi faktami oraz inspiracjami do czytania.
- Organizowanie wydarzeń i spotkań.
- Regularne organizowanie spotkań autorskich, prelekcji, warsztatów, czytelniczych klubów dyskusyjnych i innych wydarzeń kulturalnych.
- Promowanie tych wydarzeń na stronie internetowej biblioteki oraz mediach społecznościowych.
- Programy czytelnicze.
  - Tworzenie programów czytelniczych, takich jak letnie czytanie, konkursy czytelnicze, listy lektur i nagrody za czytanie.
  - Współpraca z lokalnymi szkołami i placówkami edukacyjnymi w celu promowania czytelnictwa wśród dzieci i młodzieży.
- Partnerskie akcje promocyjne.
  - Nawiązywanie współpracy z lokalnymi firmami, organizacjami i instytucjami kulturalnymi w celu promowania czytelnictwa i kultury.
  - Wspólne akcje promocyjne, konkursy i wydarzenia kulturalne.
- Tworzenie bloga lub newslettera.
  - Prowadzenie bloga lub newslettera z recenzjami książek, wskazówkami czytelniczymi, informacjami o nowościach w bibliotece i innych ciekawymi treściami.
  - Subskrypcja newslettera dostępna dla użytkowników biblioteki.
- Kampanie reklamowe.
  - Tworzenie materiałów reklamowych, takich jak plakaty, ulotki i banery, które promują usługi i zasoby.
  - Rozprowadzanie tych materiałów w lokalnych punktach, takich jak szkoły, sklepy czy urzędy.
- Popularyzowanie zasobów online.
  - Promowanie dostępu do e-booków, audiobooków, baz danych i innych zasobów online dostępnych w bibliotece.
  - Organizacja szkoleń i warsztatów online, które uczą użytkowników, jak korzystać z tych zasobów.
- Ulepszanie strony internetowej.
  - Zapewnienie, że strona internetowa biblioteki jest łatwo dostępna, responsywna i zawiera aktualne informacje o godzinach otwarcia, wydarzeniach i dostępnych zasobach.
- Badanie opinii użytkowników.
  - Przeprowadzanie ankiet i badań wśród użytkowników, aby dowiedzieć się, jakie usługi i zasoby są najbardziej potrzebne i jak można je ulepszyć.

- Udział w lokalnych imprezach.
  - Aktywny udział w lokalnych imprezach społecznościowych, targach edukacyjnych i innych wydarzeniach, gdzie biblioteka może promować swoje usługi i zasoby.

### Komunikacja włączająca

Projekty promocyjne biblioteki powinny być dostosowane do lokalnej społeczności i jej potrzeb. Ważne jest także monitorowanie skuteczności tych działań i dostosowywanie strategii promocyjnej w zależności od wyników.

Biblioteki mogą podejmować różne działania, aby przyciągać więcej obcokrajowców i zachęcać ich do korzystania z usług bibliotecznych. Mogą one pomóc bibliotece stworzyć bardziej przyjazne i otwarte środowisko dla obcokrajowców oraz przyciągnąć nowych użytkowników. Kluczowym elementem jest jednak stała komunikacja i współpraca z różnymi grupami obcokrajowców, aby dowiedzieć się, jakie usługi i programy są dla nich najbardziej wartościowe.

- Rozszerzenie zbiorów w językach obcych. Biblioteki mogą poszerzyć swoje zbiory o książki, czasopisma, filmy i inne materiały w językach obcych, aby zaspokajać potrzeby czytelników niepostępujących się językiem lokalnym.
- Kursy i warsztaty językowe. Organizowanie kursów i warsztatów językowych może pomóc obcokrajowcom w doskonaleniu swoich umiejętności językowych. Biblioteki mogą współpracować z organizacjami i wolontariuszami, którzy chcieliby prowadzić takie zajęcia.
- Kulturowe wydarzenia i wystawy. Organizowanie wydarzeń kulturowych, takich jak wystawy sztuki, koncerty, prezentacje kuchni z różnych krajów czy prelekcje na temat kultur obcych, może przyciągnąć różnorodną publiczność.
- Usługi tłumaczeniowe i prawne. Zapewnienie usług tłumaczeniowych, pomocy prawnej, zarówno w formie pisemnej, jak i ustnej, może ułatwić obcokrajowcom korzystanie z biblioteki i poruszanie się w społeczeństwie.
- Programy integracyjne. Organizowanie programów integracyjnych, które pomagają obcokrajowcom nawiązywać kontakty z lokalną społecznością, może być bardzo pomocne. Takie programy mogą obejmować kluby dyskusyjne, grupy zajęć sportowych czy kulturalnych oraz spotkania towarzyskie.

Przemysław Czaja:

*„W bibliotece w Radomiu, którą kieruję, bardzo pręźnie działają grupy facebookowe, które są prowadzone przez społeczność ukraińską, do których należymy. Koordynatorkami są trzy panie Ukrainki, które po zamknięciu projektów zostały przy bibliotece i są dla nas takim naturalnym kontaktem dla społeczności ukraińskojęzycznej. Nie musimy się przebijać, nie musimy tworzyć ulotek, nie musimy tworzyć plakatu, tylko po prostu przez grupy facebookowe i przez osoby, które już są przy bibliotece, komunikujemy konkretne rzeczy.”*

- Dostęp do narzędzi edukacyjnych. Udostępnienie dostępu do komputerów, internetu i narzędzi edukacyjnych może pomóc obcokrajowcom w nauce języka, zdobywaniu wiedzy i poszukiwaniu pracy.
- Promocja usług. Ważne jest, aby szeroko promować usługi biblioteczne wśród obcokrajowców. To może obejmować tworzenie materiałów reklamowych w różnych językach, działania na platformach społecznościowych i współpracę z lokalnymi organizacjami i placówkami.
- Dostosowanie godzin otwarcia. Rozważenie dostosowania godzin otwarcia biblioteki do potrzeb obcokrajowców, szczególnie tych, którzy pracują w nietypowych godzinach.
- Opieka nad dziećmi. Zapewnienie opieki nad dziećmi podczas korzystania z biblioteki może pomóc rodzicom, zwłaszcza obcokrajowcom, w korzystaniu z usług biblioteki.
- Wsparcie technologiczne. Udostępnienie komputerów, drukarek, skanerów i innych narzędzi technologicznych może być szczególnie pomocne dla obcokrajowców w celu załatwiania różnych spraw administracyjnych.
- Badania potrzeb i opinii. Regularne badanie potrzeb i opinii obcokrajowców może pomóc dostosować ofertę biblioteki do ich potrzeb i oczekiwań.

Biblioteki mogą komunikować swoją działalność do różnych grup docelowych poprzez różne strategie i narzędzia.

- Strona internetowa i media społecznościowe. Biblioteki mogą utrzymywać aktualną stronę internetową oraz profile na platformach społecznościowych, takich jak Facebook, X (dawniej Twitter) czy Instagram. Mogą tam udostępniać informacje o nadchodzących wydarzeniach, nowościach w zbiorach, godzinach otwarcia i innych istotnych informacjach.
- Newslettery i maile informacyjne. Biblioteki mogą regularnie wysyłać newslettery lub maile informacyjne do swoich użytkowników, zawierające ważne wiadomości, informacje o wydarzeniach, programach czy zbliżających się terminach.
- Plakaty i ulotki. Fizyczne plakaty i ulotki w bibliotece oraz w okolicach mogą przyciągnąć uwagę odwiedzających. Mogą zawierać informacje o najważniejszych wydarzeniach i usługach biblioteki.
- Wydarzenia i programy. Organizowanie różnorodnych wydarzeń i programów, takich jak warsztaty, spotkania autorskie, czytanie dla dzieci, wystawy i prezentacje, może przyciągać różne grupy docelowe. Ogłoszenia o tych wydarzeniach można umieścić na stronie internetowej, w mediach społecznościowych i na tablicach ogłoszeń w bibliotece.
- Promowanie zasobów online. Jeśli biblioteka oferuje dostęp do zasobów online, takich jak e-booki, audiobooki czy bazy danych, warto promować te zasoby wśród użytkowników, szczególnie tych, którzy mogą z tego korzystać.
- Współpraca z lokalnymi szkołami i instytucjami. Biblioteki mogą nawiązywać współpracę z lokalnymi szkołami, placówkami edukacyjnymi i organizacjami kulturalnymi, aby promować swoje usługi wśród uczniów, studentów i innych grup docelowych.

- Badanie potrzeb użytkowników. Biblioteki mogą przeprowadzać badania ankietowe lub wywiady z użytkownikami, aby dowiedzieć się, jakie usługi i materiały są dla nich najważniejsze. Na podstawie tych informacji można dostosować komunikację i ofertę biblioteki.
- Wolontariat i programy społecznościowe. Zachęcanie do udziału w programach wolontariatu i innych aktywnościach społecznościowych może pomóc w zwiększeniu zaangażowania różnych grup w życie biblioteki.
- Kampanie reklamowe. W zależności od budżetu, biblioteki mogą także rozważyć kampanie reklamowe w lokalnych mediach.
- Wsparcie dla różnorodności i inkluzyjność. Biblioteki powinny dążyć do zapewnienia, że ich komunikacja jest dostępna i przyjazna dla różnych grup, uwzględniając różnorodność kulturową i językową społeczności, którą obsługują.

### Trendy do zapamiętania

- Trendy światowe w zakresie zwiększania zainteresowania bibliotekami zmieniają się wraz z rozwojem technologii, kultury i potrzeb społeczeństwa. Kilka kluczowych trendów to:
- Cyfryzacja i dostęp do zasobów online. Biblioteki stawiają coraz większy nacisk na udostępnianie zasobów online, w tym e-booków, audiobooków, baz danych, czasopism elektronicznych i innych materiałów cyfrowych. To pozwala na łatwiejszy dostęp do wiedzy i zasobów bibliotecznych.
- Wzrost znaczenia edukacji cyfrowej. Biblioteki odgrywają istotną rolę w kształtowaniu kompetencji cyfrowych swoich użytkowników, oferując szkolenia z zakresu korzystania z nowoczesnych technologii, wyszukiwania informacji w internecie i analizy danych.
- Kreatywne przestrzenie i maker movement. Współczesne biblioteki coraz częściej tworzą przestrzenie do pracy grupowej, spotkań, nauki, a także do tworzenia własnych projektów (tzw. makerspaces). Działają one jako centra innowacji, wspierając kreatywność i naukę poprzez działania praktyczne.
- Biblioteki jako centra społeczności. Biblioteki stają się coraz bardziej angażujące społeczności lokalne, organizując wydarzenia kulturalne, warsztaty, spotkania autorskie i programy edukacyjne. Dążą do stworzenia przestrzeni, gdzie ludzie mogą się spotykać, rozmawiać i wspólnie uczestniczyć w różnych aktywnościach.
- Współpraca i partnerstwa. Biblioteki coraz częściej nawiązują współpracę z innymi instytucjami, takimi jak szkoły, uniwersytety, firmy, muzea i organizacje pozarządowe, aby wspólnie dostarczać wartościowe usługi i zasoby dla społeczności.
- Dostępność i inkluzja. Biblioteki podejmują wysiłki, aby zapewnić dostępność swoich zasobów i usług dla różnorodnych grup społecznych, w tym osób niepełnosprawnych, migrantów, seniorów i innych. Inkluzja staje się kluczowym aspektem ich działalności.
- Promocja czytelnictwa i literatury. Biblioteki kontynuują promowanie czytelnictwa poprzez organizowanie klubów książki, konkursów czytelniczych, festiwali literatury i innych wydarzeń literackich.

- Personalizacja usług. Biblioteki coraz częściej stosują technologie i analizy danych do personalizowania usług, dostarczając użytkownikom bardziej dopasowane do ich potrzeb zasoby i rekomendacje.
- Zrównoważony rozwój. W coraz większym stopniu biblioteki kładą nacisk na zrównoważony rozwój, dążąc do obniżenia zużycia energii, promując recykling i ekologiczne praktyki w swoich operacjach.
- Innowacje technologiczne. Biblioteki eksperymentują z nowymi technologiami, takimi jak rozszerzona rzeczywistość (AR), wirtualna rzeczywistość (VR), sztuczna inteligencja (AI) i blockchain, aby poprawić dostęp do wiedzy i innowacyjność usług bibliotecznych.

Te trendy odzwierciedlają rozwijający się charakter bibliotek jako instytucji, które dostosowują się do zmieniających się potrzeb społecznych i technologicznych, aby nadal pełnić kluczową rolę w promowaniu nauki, kultury i edukacji.

Rozwój kultury dzięki inkluzji przynosi korzyści zarówno instytucjom kulturalnym, jak i odbiorcom poprzez tworzenie bardziej różnorodnych, dostępnych i inspirujących doświadczeń kulturalnych oraz wspieranie rozwoju społecznego i ekonomicznego.

Biblioteki mogą odegrać kluczową rolę w promowaniu inkluzji społecznej, kulturalnej i edukacyjnej, odgrywając ważną rolę w budowaniu otwartych, inkluzyjnych społeczeństw, zapewniając dostęp do wiedzy, kultury i informacji dla wszystkich mieszkańców. Biblioteki wykorzystają inkluzję w następujących obszarach:

#### 1. Dostępność fizyczna.

- Zapewnienie dostępu do biblioteki dla osób z niepełnosprawnościami poprzez odpowiednie ułatwienia, takie jak podjazdy, windy, wideofony dla osób niesłyszących itp.
- Stworzenie przestrzeni i mebli dostosowanych do różnych potrzeb użytkowników, w tym osób starszych, dzieci, osób niewidomych itp.

#### 2. Dostępność cyfrowa.

- Zapewnienie dostępu do elektronicznych zasobów bibliotecznych, takich jak e-booki i bazy danych dla osób z różnymi umiejętnościami cyfrowymi.
- Udostępnienie komputerów i sprzętu do dostępu do Internetu oraz odpowiedniego oprogramowania asystującego dla osób z niepełnosprawnościami.

#### 3. Dywersyfikacja zbiorów.

- Zakup różnorodnych materiałów i zasobów reprezentujących różne kultury, grupy etniczne, języki i perspektywy.
- Kształcenie personelu w dziedzinie zarządzania zbiorami z uwzględnieniem różnorodności i włączania.

#### 4. Programy edukacyjne i kulturalne.

- Organizacja wydarzeń, prezentacji i warsztatów, które promują zrozumienie i tolerancję różnic kulturowych i społecznych.
- Zapewnienie dostępu do edukacyjnych i kulturalnych zasobów dla osób z różnym poziomem umiejętności i zainteresowań.

#### 5. Współpraca z lokalnymi społecznościami.

- Aktywne zaangażowanie się w dialog z różnymi grupami społecznymi i kulturalnymi w celu zrozumienia ich potrzeb i interesów.
- Współpraca z organizacjami pozarządowymi, szkołami i innymi instytucjami, aby promować inkluzję i edukację w społeczności.

#### 6. Szkolenia personelu.

- Kształcenie personelu bibliotecznego w zakresie różnorodności kulturowej, społecznej i innych aspektów inkluzji.
- Zapewnienie, że personel jest w stanie obsługiwać różnorodne potrzeby użytkowników i zapewnić im wsparcie.

#### 7. Wykorzystanie technologii.

- Wykorzystanie technologii, takich jak tłumaczenie maszynowe i technologie asystujące, aby ułatwić dostęp do zasobów bibliotecznych dla osób mówiących w innych językach lub z różnymi potrzebami.

#### 8. Programy partnerskie.

- Nawiązywanie współpracy z organizacjami i instytucjami działającymi na rzecz inkluzji, aby razem promować równość i dostępność usług bibliotecznych.









## Zakończenie

Współcześnie pojawiają się silne związki pomiędzy kulturą a marketingiem, szczególnie w zakresie strategii komunikacji, które mogą wspierać rozwój kultury i bibliotek. Kultura jest ściśle powiązana z tożsamością narodową i osobistą oraz stanowi źródło inspiracji i rozwoju społeczeństw. Marketing, natomiast, to zestaw strategii mających na celu zaspokojenie tworzenie, promowanie i sprzedaż wartości. Połączenie tych dwóch dziedzin ma kluczowe znaczenie dla rozwoju kultury.

Marketing odgrywa istotną rolę w kształtowaniu, promowaniu i konsumpcji kultury, zwłaszcza w bibliotekach publicznych. Dzięki narzędziom marketingowym, takim jak spotkania, wystawy, media społecznościowe, wartości kulturowe mogą być dostarczane do szerszej publiczności, co przyczynia się do rozwoju kultury.

Marketing może także wpływać na pozytywne zmiany społeczne poprzez promowanie wartości, takich jak tolerancja i różnorodność. Współczesne wydarzenia kulturalne często opierają się na skomplikowanych strategiach marketingowych, które pozwalają im osiągnąć sukces i wpłynąć na społeczeństwo.

Biblioteki mogą podejmować różne działania, aby przyciągać różnorodne grupy użytkowników, takie jak organizowanie wydarzeń kulturalnych, kursów językowych czy usług tłumaczeniowych. Ważne jest także dostosowywanie komunikacji i oferty do potrzeb i oczekiwań społeczności.

Biblioteki mogą komunikować swoją działalność poprzez strony internetowe, media społecznościowe, newslettery, plakaty i inne narzędzia. Trendy w bibliotekach obejmują cyfryzację, edukację cyfrową, tworzenie kreatywnych przestrzeni, współpracę z innymi instytucjami, dostępność i inkluzję, promocję czytelnictwa oraz personalizację usług.

Te trendy odzwierciedlają adaptację bibliotek do zmieniających się potrzeb i technologii, pozwalając im nadal pełnić ważną rolę w społeczeństwie, promując naukę, kulturę i edukację.

Nowoczesna Biblioteka XXI wieku to nie tylko miejsce przechowywania książek, ale przede wszystkim centrum kultury, wiedzy i edukacji. Dzięki dostosowaniu się do trendów zmian społecznych, biblioteki stają się miejscami, które promują różnorodność, rozwijają umiejętności społeczne i cyfrowe, integrują społeczeństwo i dostarczają dostęp do wiedzy w erze cyfrowej. Są one niezastąpionymi instytucjami, które odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu współczesnego społeczeństwa i rozwoju kultury.

### O autorze

dr inż. Jacek Kotarbiński ekonomista i wykładowca, doświadczony praktyk, autoritet w zakresie marketingu strategicznego, rozwoju innowacji i zarządzania sprzedażą. Autor bestsellerów: „Sztuka Rynkologii”, „Sztuka Marketingu”, „Druga Sztuka Marketingu”, „Trzecia Sztuka Marketingu”, „Marka 5.0.„ „50 Praw Marketingu Kotarbińskiego” oraz profesjonalnych publikacji w „Marketingu w Praktyce”, „Marketer Plus” i artykułów naukowych.

Keynote wielu konferencji, ekspert dla takich marek jak: Lotos, Energa, Polpharma, Coca-Cola, Orange, Enea, Masterlease, Nikon, Deloitte, Volkswagen Polska i in. Autor bloga [kotarbinski.com](http://kotarbinski.com).