

## RECENZJE I OMÓWIENIA

**Marlena Jabłońska, *Nowe wyzwania archiwów. Komunikacja społeczna i public relations*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2016, ss. 216.**

Trudno przecenić rolę i znaczenie komunikacji społecznej oraz public relations w funkcjonowaniu współczesnych instytucji, urzędów, organizacji itp. Problematyka ta nie od dziś jest przedmiotem badań naukowych na całym świecie. Chociaż ukazało się na ten temat wiele publikacji, to tylko w niewielkiej części dotyczyły one znaczenia owych zagadnień dla szeroko pojmowanej działalności współczesnych archiwów. Od ponad dziesięciu lat problematyka komunikacji społecznej i public relations w archiwach jest także jednym z głównych przedmiotów badań naukowych autorki recenzowanej pracy. Kompetencje autorki w zakresie analizy i interpretacji funkcji archiwów, a zwłaszcza w kontekście nowych wyzwań w zakresie komunikacji społecznej oraz public relations są w środowisku archiwalnym znane i doceniane. Problematyka recenzowanej pracy prezentuje się interesująco i oprócz waloru naukowego ma znaczący walor praktyczny. Stanowi ona propozycję pokazania komunikacji społecznej i public relations jako filozofii zarządzania, która powinna przyczynić się do poprawy funkcjonowania archiwów, a także poprawy ich wizerunku w społeczeństwie. Książka nawiązuje do niezwykle ważnego społecznego obszaru funkcjonowania archiwów, realizującego zadania związane z ich działalnością w sferze publicznej, zarówno w formie tradycyjnej, jak i adekwatnej do stopnia rozwoju społeczeństwa informacyjnego.

Monografia dr Marleny Jabłońskiej składa się z czterech części, z których każda zakończona jest krótkim podsumowaniem. W swoich badaniach autorka odwołuje się do fachowej literatury polskiej i zagranicznej. Rozdział I poświęcony został kwestiom ogólnym, co ma w zamyśle autorki stanowić wprowadzenie do problematyki badawczej. Przywilejem każdego autora jest przyjęcie takiej konstrukcji pracy, która w optymalnym stopniu pozwoli mu zrealizować założony cel badań. Oceniając pozytywnie treści dotyczące funkcji i zadań archiwów oraz analizę strategii i koncepcji archiwów, nakreślone przez polskie władze archiwalne, a także Międzynarodową Radę Archiwów, nie jestem jednak przekonana co do zasadności bardzo szerokiej analizy po-

jęcia „archiwum”, terminu ważnego i podlegającego ewolucji, ale jednak powszechnie znanego. Przechodząc do analizy funkcji archiwów, Jabłońska dokonała pewnej systematyzacji. Tradycyjnie już, do klasycznych funkcji archiwów zalicza się funkcje towarzyszące archiwom od początku ich działalności. Autorka wyodrębniła dwa obszary nowych funkcji, a więc: społeczne, realizujące zadania związane z funkcjonowaniem archiwów w sferze publicznej, oraz techniczne, czyli realizujące zadania związane z postępowaniem technicznym, procesem informatyzacji i cyfryzacji. W obu tych obszarach w ostatnim czasie zachodzą bardzo dynamiczne zmiany, które wymagają nie tylko od archiwów, ale także od innych instytucji działających w obszarze kultury, bardzo dużych zmian strukturalnych, zwłaszcza w zakresie myślenia o zarządzaniu instytucją oraz tzw. kompetencji miękkich. Z dużą znajomością tematu autorka dokonała zarówno prawidłowej analizy klasycznych funkcji archiwów, jak i analizy wyzwań stojących przed archiwami w związku z nowym spojrzeniem na archiwa w społeczeństwie, ich rolę i potrzeby oraz oczekiwania użytkowników tych instytucji.

Kolejne rozdziały pracy stanowią przejście do właściwej problematyki badawczej, czyli nowych funkcji archiwów, które stawiają przed tymi instytucjami nowe wyzwania. Zgodnie z założeniami, II rozdział pracy autorka poświęciła problematyce marketingu w archiwach. Nie tylko szczegółowo wyjaśniła rolę i znaczenie marketingu w zarządzaniu archiwami, ale także pokazała, jak to pojęcie rozumiane jest przez instytucje im bliskie, a mianowicie biblioteki i urzędy publiczne. Marketing w archiwach został przedstawiony jako „filozofia zarządzania archiwami i szansa na poprawę ich funkcjonowania” (s. 15). Autorka słusznie podkreśliła, że niekomercyjność archiwów nie oznacza braku pożytku, czyli zysku społecznego z ich działalności i wyjaśniła, że z marketingowego punktu widzenia placówki archiwalne prowadzą działalność usługową wobec państwa i narodu gromadząc, przechowując, opracowując i udostępniając ślady ludzkiej działalności. Ogromną rolę w działalności marketingowej autorka przypisuje ludziom, a zwłaszcza pracownikom danej instytucji, którzy nie tylko ją tworzą, ale także dają jej świadectwo na zewnątrz. Ich wiedza, kompetencje oraz relacje z otoczeniem mają ogromny wpływ na postrzeganie konkretnego archiwum przez otoczenie. Należy podkreślić, że w zakresie działalności archiwów zaszły w tym zakresie w ostatnich latach największe zmiany. W porównaniu z minionym okresem historycznym, znacząco wzrosła aktywność zewnętrzna archiwistów, współpraca z instytucjami kultury, badaczami, uniwersytetami, szkołami i urzędami, a te działania znacząco poprawiły relacje partnerskie archiwów z wymienionymi podmiotami oraz generalnie przyczyniły się do poprawy relacji archiwów ze społeczeństwem.

W kolejnej części pracy, poświęconej komunikacji społecznej w archiwach, autorka skupiła się na podkreśleniu roli i znaczenia marketingu we

współczesnych archiwach. Nawiązała szeroko do treści dotyczących marketingu relacji, który opiera się na komunikacji i ma fundamentalne znaczenie we wzajemnych relacjach archiwów z otoczeniem. Autorka przeanalizowała komunikację społeczną w archiwach w wymiarze wewnętrznym i zewnętrznym. Podkreśliła rolę i znaczenie komunikacji wewnętrznej w instytucji, której celem jest integracja i motywacja pracowników, a także komunikacji zewnętrznej dla budowania dobrych relacji z otoczeniem instytucji, dostarczania otoczeniu informacji na temat realizowanych zadań i podejmowanych inicjatyw, a przez to wpływania na budowanie wizerunku i opinii o instytucji. Autorka zauważyła, że szczególny charakter archiwów jako instytucji chroniących dziedzictwo kulturowe wymaga budowania trwałych, systematycznych i jak najlepszych relacji wewnętrznych i zewnętrznych dla wytworzenia pozytywnego wizerunku archiwów.

Kolejny fragment pracy, zatytułowany *Public relations w archiwach*, przynosi rozważania autorki na temat istoty public relations, najważniejszych jego funkcji w archiwach oraz znaczenia dla archiwów i ich otoczenia. Problematyka ta wiąże się ściśle z zagadnieniem komunikacji społecznej, która również stanowi podstawę budowania relacji. Autorka interpretuje public relations jako „proces społeczny o charakterze konstruktywnego dialogu; jako system działań z zakresu komunikowania społecznego” (s. 17). Jest to w opisie autorki działalność świadoma, celowa i intencjonalna, prowadzona w sposób metodyczny, planowy, i oparta na badaniach oraz analizach, jej celem zaś jest ukształtowanie pożądanых relacji pomiędzy organizacją a otoczeniem. Jak stwierdza autorka, public relations w archiwach można rozpatrywać w odniesieniu do wszystkich funkcji PR. Najwięcej uwagi w recenzowanej pracy autorka poświęciła trzem jego funkcjom, a mianowicie: wizerunkowej, zarządczej i kryzysowej. Integralną część tego rozdziału stanowi zestaw korzyści płynących ze stosowania public relations dla archiwum, dla zasobu archiwum oraz dla pracowników archiwum. W tym miejscu wypada jednak przypomnieć, że działalność publiczna nie jest nową formą aktywności archiwów. Była ona znana i realizowana w praktyce także w przeszłości, a rozwój archiwów jako instytucji oraz postęp technologiczny umożliwiają i poszerzają dotychczasowe formy aktywności w tej sferze.

Należy podkreślić, że autorka zaprezentowała w swojej pracy interesującą i aktualną problematykę badawczą. Dokonała solidnej analizy i oceny realizowanych przez lata funkcji archiwów i na tym tle zaprezentowała nowe wyzwania, jakie dla tych instytucji stanowią: komunikacja społeczna i public relations. Autorka powiązała swoje badania z konkretnymi problemami, jakie powstają w procesie kierowania archiwami zarówno w stosunkach z urzędami i instytucjami zewnętrznymi, jak również w zakresie komunikacji społecznej w samych archiwach. Nie budzą wątpliwości kompetencje Marleny Jabłońskiej, która w recenzowanej pracy przedstawiła bardzo szeroko-

ki i szczegółowy zakres analizy oraz interpretacji problematyki komunikacji społecznej i public relations. Praca została wzbogacona licznymi rysunkami i tabelami, które służą lepszemu zrozumieniu przedstawionych zagadnień. Opublikowane wyniki badań stanowią istotny wkład do rozwoju archiwistyki. Godna odnotowania jest także pasja badawcza autorki recenzowanej pracy oraz umiejętność podejmowania nowych, aktualnych i ważnych dla praktyki archiwalnej wyzwań. Recenzowana praca skierowana jest nie tylko dla badaczy, studentów, ale przede wszystkim dla archiwistów praktyków, którzy w codziennej pracy, obok tradycyjnych, coraz częściej stosują nowoczesne narzędzia komunikacji społecznej.

*Irena Mamczak-Gadkowska*

***Katalog starych druków Archiwum Państwowego w Poznaniu, oprac. i red. Michał Janeczek, Poznań 2016, Archiwum Państwowe w Poznaniu, Naczelna Dyrekcja Archiwów Państwowych, ss. 421.***

Jednym z wielu celów placówek archiwalnych jest popularyzacja wiedzy o archiwaliach i archiwach, m.in. poprzez publikację katalogów i inwentarzy. Praktyka pokazuje, że wobec szybkiego narastania zasobu oraz nieuchronnych przypadków przejmowania nieuporządkowanych materiałów, pracownicy instytucji niekiedy muszą skorzystać z pomocy osób spoza kadry archiwalnej. Przykładem takiego działania może być wydany przez Archiwum Państwowe w Poznaniu i Naczelną Dyrekcję Archiwów Państwowych w 2016 r. *Katalog starych druków Archiwum Państwowego w Poznaniu*.

Autorem opracowania jest dr Michał Janeczek, specjalista w zakresie drukarstwa do końca XVIII w., który trafił do poznańskiej placówki w celu zapoznania się z wydawnictwami leszczyńskimi. Księgozbiór znalazł się w granicach jego zainteresowań naukowych, podjął się więc jego skatalogowania. Ze strony Archiwum Państwowego w Poznaniu nad pracami autora czuwali wykwalifikowani archiwiści, pomagając mu m.in. w zakresie informacji naukowej, digitalizacji i konserwacji starodruków. Zaznaczyć również należy ogromny wkład Fundacji TRES wykonującej zdjęcia do publikacji, szczególnie w osobie jej prezesa Wojciecha Olejniczaka. Fotografie stanowią nie tylko uzupełnienie lektury wydawnictwa i ilustrację kolejnych rozdziałów, ale również ważny element opisu katalogowego.

Należy podkreślić, iż *Katalog starych druków* jest pierwszym opracowaniem stworzonym dla księgozbioru Archiwum Państwowego w Poznaniu. Pośród publikowanych przez instytucję pomocy archiwalnych, wspomi-