

الفصل السادس

الأنشطة الإضافية للمكتبات العامة

obeikandi.com

لقد زاد عدد المستفيدين من المكتبات العامة فى الآونة الأخيرة أكثر من أى وقت مضى، على الرغم من انتشار الأفكار الخاطئة عن الخدمة المكتبية العامة، وعلى الرغم أيضاً من قلة اهتمام المستفيدين المنتظمين بمدى ونطاق الخدمة المكتبية العامة. وعلى سبيل المثال فإن الكثير من المستفيدين الجدد يعبرون عن دهشتهم لدى معرفتهم بإمكانية استعارتهم للكتب والمواد المكتبية الأخرى دون مقابل مادى. كما أن هناك كثيراً من المستفيدين لا يعلمون شيئاً عن التسهيلات التى تقدمها المكتبة، سواء للإجابة عن استفسارات معينة، أو فى الحصول على مواد غير متاحة بالمكتبة. والقليل منهم فقط هم الذين يهتمون بالخدمات المتخصصة التى تقدمها إدارة المكتبة، مثل: خدمات المقعدين بالمنازل أو دور الرعاية، وخدمات السجون والمدارس، وخدمة توفير مجموعات للجماعات العرقية والأقليات.

١- ترويج خدمات المكتبة:

إن التسويق وسيلة مهمة جداً لترويج خدمات المكتبة، ولكن ينبغى الأخذ فى الاعتبار أن الترويج يمكن أن يأتى بنتيجة عكسية، إذا لم تستطع المكتبة القيام بما تروج له. ويمكن أن يحدث ذلك إما بسبب أن المكتبة لم تكمل استعدادها بعد للخدمة المعلن عنها، أو أن تعطى الدعاية انطباعاً يجعل التوقعات أكبر مما يمكن أن تقدمه أو تحققه الطاقات المتاحة. ولهذا ينبغى النظر إلى الدعاية والترويج على أنها نشاط، يمكن أن يمارس فقط فى حالة أن تكون الخدمة المعلن عنها قد وصلت إلى المستوى المقبول، سواء من الناحية النوعية أو من الناحية الكمية.

ويختلف التسويق الذى تقوم به المكتبة للترويج لخدماتها، عن ذلك الذى يمارس فى النشاط التجارى؛ فالإعلان التجارى له طبيعة تنافسية لأنه يفاضل بين منتج وآخر. وعلى أية حال فالمكتبات ليست فى مجال تنافسى ولكن الترويج هنا الغرض منه إعلام المستفيدين بالخدمات المقدمة. وهو مصمم لكى ينشر الاهتمام بالتسهيلات التى تقدمها المكتبة، وبالاحتياجات التى يمكن أن تلبىها. وبالطبع سوف تختلف الأنشطة من مكتبة لأخرى سواء فى النوع أو المدى، حسب الإمكانات المتاحة من مبانٍ، وتجهيزات، وعاملين، وميزانية، ومجموعات، .. إلخ. كما تختلف أيضاً بحسب نوع المجتمع الذى تخدمه وسياسة الإدارة المحلية.

ومن المهم ألا نغفل دور أمين المكتبة؛ خاصة بالمكتبات الصغيرة ذات الأمين الواحد فى الدعاية والترويج لخدمات المكتبة؛ فالمكتبة ينبغى أن يقيم فى المنطقة ويكون معروفاً للسكان المحليين ويكون وثيق الصلة باحتياجاتهم، فسوف يساعد ذلك على جعل المكتبة جزءاً لا يتجزأ من المجتمع، وينبغى أن يقوم أمين المكتبة بدور بارز فى الأنشطة المحلية؛ حيث تعتبر شبكة اتصالاته المحلية عنصراً ضرورياً فى الحفاظ على الروابط الوثيقة بين مكتبته والمجتمع المحيط بها، وسوف تساعده فى صياغة الخدمة التى تعكس الاحتياجات المحلية، ومن الضرورى أن يتعرف أمين المكتبة السمات الأساسية للمجتمع المحلى ورسم ملامحه. وسوف يساعد ذلك على التأكد من أن الخدمات والأنشطة تتطور فى خط متواز مع الاحتياجات والطموحات المحلية. كما يحتاج أيضاً أن يدرس أنماط الإسكان والأسواق والنقل والبنية الاجتماعية ومتوسط أعمار السكان المحليين. ومن الطبيعى أن تتوافر لدى المكتبة مصادر المعلومات التى تساعده فى ذلك.

٢- المشاركة فى الموقع أو المبنى؛

كما توجد أشياء أخرى لا نستطيع أن نعتبرها أنشطة خارجية، ولكنها تساعد على بناء روابط جيدة بين المكتبة ومجتمعها؛ مثال ذلك أن تشارك المكتبة فى

الموقع والمبنى مع مكتب لاستشارة المواطنين، أو مركز معلومات سياحية، أو مكاتب توظيف أو ما شابه ذلك. ليس فقط تواجد المكتبة مع هذه الهيئات هو الذى يساعد على جعل مبنى المكتبة داخل بؤرة اهتمام بالمجتمع، ولكن أيضاً التسهيلات التى تقدمها تلك الهيئات، والتى يمكن أن تقوى الجانب الإعلامى للمكتبة. كما أنه يمكن المكتبة من الاستفادة من المشاركة فى مصادر المعلومات العامة. وإذا لم يكن من المناسب للمكتبة أن تتواجد فى بعض الأحيان مع مثل هذه الهيئات، فإن وجود المكتبة فى موقع بارز فى مكان مشترك مع مكتب للخدمة الاجتماعية مثلاً، أو عيادة طبية، أو مكتب تسجيل، أو متحف، يمكن أن يساعد فى جعلها فى منطقة بؤرية داخل المجتمع، وتكون الفائدة مشتركة لكل الهيئات المهمة.

كما أن للمكتبة دوراً مهماً تتزايد أهميته بصورة مستمرة، وهو أن تكون المكتبة مركزاً لإيداع أوعية المعلومات الموجهة لأفراد المجتمع؛ حيث يكون من أهداف بعض الهيئات والمؤسسات الحكومية والمحلية، ضمان توصيل بعض المعلومات لأفراد المجتمع. وعلى سبيل المثال، فإن المطبوعات التى تنتجها الوزارات والهيئات الحكومية والمحلية، ينبغى أن تتاح لأفراد المجتمع، ومن الضروري أن تتولى هذه الهيئات مسئولية توصيل أو إتاحة هذه المطبوعات. ومن هنا تكون هناك مصلحة مشتركة بين هذه الهيئات والمكتبات العامة؛ حيث تتولى المكتبات تلقى وإتاحة مثل هذه المطبوعات لجمهور المستفيدين، والمكتبة بدورها مستفيدة فى حصولها على هذه المواد بالمجان دون طلبها. وهنا يمكن للمكتبة العامة أن تقوم بدعاية مكثفة وجذابة عن خدماتها. كما يساعد ذلك على تعميق شبكة الاتصالات المحلية بين المكتبة والمؤسسات القائمة فى المجتمع.

كما تستطيع المكتبة أيضاً أن تقوى علاقاتها مع المجتمع بطرق متعددة،

مثل : تشجيع المؤسسات القومية والمحلية على إقامة معارض فى مبنى المكتبة، والقيام بدور مركز تسجيل للدوائر الانتخابية، وإعداد مفكرة بالأحداث المحلية. وتمثل هذه الأخيرة خدمة مفيدة جداً للمجتمع، لأنها تمكن المنظمات والهيئات المحلية من تجنب تعارض تواريخ المناسبات، التى تخطط لإقامة أى نشاط فيها، ويشجع ذلك على الحفاظ على الروابط القوية والمستمرة مع المكتبة^(١).

٣- حديث المكتبة

وإذا كان المكتبى معروفا فى مجتمعه، فسوف يُدعى بالتأكيد من وقت لآخر للتحديث عن المكتبة. بعض الأفراد تكون لديهم موهبة التحدث بلباقة وهم متحدثون جيدون بطبيعتهم، أما البعض الآخر فينبغى عليهم تعلم هذه المهارة. والإدارة المكتبية الجيدة هى التى تتعرف من يملك هذه المهارة والقدرة والموهبة من بين موظفى المكتبة، مع مراعاة أن يتمتع بالثقة فى النفس للتحديث أمام الجمهور كجزء من عمله، وبعض السلطات المحلية تقدم بعض البرامج التدريبية المناسبة لذلك. أما فى حالة عدم إتاحة هذه التسهيلات، فمن الممكن للمكتبة أن تحث المؤسسات المحلية لتعليم الكبار على إقامة مثل هذا البرنامج الذى يعد أساساً لتلبية احتياجات موظفى المكتبة.

ومن الضرورى أن نضع فى الأذهان عدداً من النقاط عند تقديم الأحاديث، فأمين المكتبة يستطيع أن يتحدث بطلاقة أكثر عندما يتحدث إلى جمهور عادى وليس لجمهور من المكتبيين. فالجمهور العادى معلوماته محدودة عن التسهيلات التى تقدمها المكتبات، ومن المفيد أن يكون الحديث إليهم غير رسمى وبطريقة ودودة. كما أنه من فن الحديث، أن يعد المتحدث نقاط فقط للإطار العام الذى سيتناوله الحديث أفضل من قراءته لنص سبق إعداده، فالحديث فى مساحة صغيرة يجعله يبدو بصورة طبيعية. كما أنه يساعد الشخص على الإجابة بكفاءة

عن الاسئلة، التى سوف تنهال عليه من الجمهور، خاصة إذا كان قد تم تشويقه وإثارة فضوله. ومن الضرورى أن يكون لدى أمين المكتبة فكرة واضحة عما سوف يتحدث عنه، والترتيب الذى سيتناوله به. ومن المفضل دائماً أن يتحدث ببطء ووضوح، لأن التحدث بسرعة خاصة مع الجمهور العام يجعله مشوشاً، خاصة إذا كانت الحقائق تذكر بسرعة أكبر من أن تمكنه من تصورها. كما ينبغى دائماً الابتعاد قدر المستطاع عن التحدث بلهجة مهنية، وهى التى يتحدث بها أهل المكتبات. ومن الضرورى أن يتناسب الحديث مع مستوى العمر والتعليم والقدرات العقلية لجمهور المستمعين. وينبغى لأمين المكتبة أن يختار الموضوعات التى سيتحدث عنها، بحيث تقع ضمن دائرة الاهتمامات الخاصة للمستمعين. ومن الضرورى مراعاة وضوح مخارج الحروف، بصرف النظر عن كم الحديث والوقت الذى يستغرقه، كما ينبغى التركيز على طبقة الصوت.

وقبل كل ذلك، من الضرورى أن يستحوذ الموضوع على انتباه الجمهور، وأن توظف حرفة الحديث، مثل: طبقة الصوت والتعبير، ولغة الجسم كتعبيرات الوجه وحركات اليدين. ومن المرغوب فيه أيضاً أن يصطحب المتحدث معه شيئاً ليتحدث عنه مثل مجموعة من الكتب، أو المواد السمعية والبصرية، أو خريطة أو رسمة. ويمكن لهذه المواد أن تخدم فى المساعدة على التذكر وسرعة الاستيعاب كما أنها تقطع الملل بأن تعطى للمستمعين شيئاً آخر لينظروا إليه غير المتحدث. وغالباً ما يبدأ المتحدث المتمرس حديثه بطرفة أو مزحة، فسوف يساعد ذلك على تذويب التوتر المبدئى بين المتحدث والمستمعين، ولذلك فإنها تصلح أن تكون مدخلاً جيداً. كما ينبغى عليه أن يتحدث بإخلاص واقتناع. وإذا لاحظ أن المستمع بدأ يتململ ويقل انتباهه، فينبغى عليه أن يغير طريقته حتى ينعش اهتمامه مرة أخرى.

وحيث إن الاتصال ممارسة بين طرفين، فسوف تكون النتيجة جيدة إذا كان المتحدث مصمماً على تشجيع المستمعين على التعليق وإلقاء الأسئلة. وقبل كل

ذلك ينبغي للمكتبي نفسه أن يكون على علم ودراية كاملة بموضوع الحديث . فالهدف هو تسويق خدمات المكتبة ، ولن يتم ذلك إذا كان المتحدث غير قادر على الإجابة عن أى أسئلة تتعلق بالخدمة أو ما يتصل بها . أو حتى إذا ساور المستمع الشك فى كفاءة أو مصداقية المتحدث . ومن المفيد جداً أن يوزع المكتبي بعض النشرات على جمهور المستمعين فى نهاية الحديث ، فإن ذلك يدعم ما تم قوله ، ويذكر المستمع بخدمة المكتبة بعد أن يغادر الاجتماع .

وهناك قطاع آخر من المستمعين ، ينبغي لأمين المكتبة أن يحاول الوصول اليهم والتألف معهم وهم جمهور الراديو ، خاصة جمهور الإذاعات المحلية التى تكاثرت فى الآونة الأخيرة ، لذلك نجد عديداً من سلطات الخدمة المكتبية العامة تدبر سلسلة ناجحة من البرامج خلال الإذاعات المحلية ، وهى وسيلة ممتازة للوصول إلى غير المستفيدين . وينبغي أن يتم إعداد الأحاديث الإذاعية بعناية شديدة ، ويتم التدريب عليها بحساب الدقائق والثوانى . كما ينبغي أن يكون الحديث موجزاً بدرجة كافية ، وأن يكون وصفيًا أيضاً حتى يتم رسم صورة فى خيال المستمعين . وفوق كل ذلك ينبغي أن تكون طريقة التقديم طبيعية قدر المستطاع ، وأن يتم استخدام التكنيك نفسه أو الحرفية المتبعة نفسها عند التخاطب الى مستمع كائن أمامك .

وسوف تكون مناسبة جيدة عندما يحضر المستمعون الى المكتبة بدلاً من زيارة المكتبي اليهم ، ويمكن أن تكون أنشطة المكتبة نوعين : النوع الأول تكون المكتبة فيه ثانوية بالنسبة للزيارة ، بينما تكون المكتبة فى النوع الثانى هى الهدف الأساسى من الزيارة . فى النوع الأول يمكن ألا يكون للزيارة علاقة مباشرة مع الكتب أو المعلومات ، ولكنها تحدث بسبب أن المكتبة يمكن أن توفر المكان المناسب للحدث سبب الزيارة . ربما فى شكل مسرح ، أو قاعة محاضرات ، أو غرفة اجتماعات ، أو مساحة يمكن أن تستخدم فى مثل ذلك . وغالباً ما تستطيع المكتبة أن تعد معرضاً مناسباً للكتب والمواد المكتبية الاخرى المرتبطة بموضوع

الحدث. كما يمكن أيضاً إعداد قائمة ببيوجرافية لتلبية احتياجات الجمهور المشارك فى المناسبة. والحقيقة أن النشاط الذى يمارس فى مبنى المكتبة، هو نفسه دعاية مفيدة جداً فى حد ذاته للخدمة المكتبية؛ ولذلك ينبغى أن نشجع مثل هذا النشاط ونستغله لصالح الترويج للمكتبة.

أما النوع الثانى من الأنشطة، فهو الذى يتضمن أحاديث المؤلفين، أو الرسامين، أو جامعى الكتب، أو عروض الأفلام والشرائح. وهذه الأحاديث إما أن ترتبط بخدمات المكتبة، أو أن تتناول مواد مأخوذة من مصادر المكتبة، مثل مجموعة عن التاريخ المحلى لمجتمع المكتبة، وهى التى سوف يجهزها العاملون أنفسهم، وهى وسائل إيجابية لربط المكتبة بالمجتمع. وسوف يتضمن هذا النوع أيضاً واحدة من أكثر الوسائل الإعلامية لتقديم المكتبة إلى المجتمع، وهى تنظيم جولة إرشادية تتضمن نظرة على الأقسام التى لا يصل إليها الجمهور عادة. كما يمكن أيضاً تنظيم المناسبات الخاصة لمجموعة معينة من المستفيدين، مثل أمسية مفتوحة لرجال الأعمال. وفى مثل هذه الحالة سوف يكون التركيز بالطبع على تسهيلات الخدمات المرجعية وخدمات المعلومات، ونطاق المواد المكتبية المتاحة فى ذلك الوقت من المصادر الخارجية، وخدمات تسهيلات التليفون والتلكس والفاكس والتصوير والاتصال بالشبكات المحلية والعالمية^(٢).

٤- الاتصال المباشر بالهيئات،

لسنا فى حاجة إلى تأكيد أهمية الاتصال المباشر مع مستفيدى المكتبة؛ خاصة هؤلاء الذين يتصلون بنا تليفونيا بدلا من زيارة المكتبة. وتقدم مثل هذه الفرصة مناسبة ممتازة لعمل اتصال شخصى مع مستفيدين متوقعين فى التجارة والصناعة بالمجتمع المحلى. وقد وصلت بعض المكتبات إلى مرحلة أبعد من ذلك، حيث نظمت محاضرات موجهة أساساً لتقديم المستفيد المقصود إلى الوسائل الأكثر فعالية فى استخدام مصادر المكتبة. وسوف تتضمن الموضوعات المغطاة فى تلك المحاضرات: استخدام الفهارس، وخطة التصنيف، ونطاق المواد

المتاحة وتوزيعها داخل المكتبة، واستخدام المكتبات المحلية الأخرى مثل تلك الموجودة فى الكليات، ومؤسسات تعليم الكبار والمراكز الثقافية والمعاهد الفنية، وخطط الإعارة بين المكتبات، والاتصال بشبكات المعلومات المحلية والعالمية.

إن مشاركة الجمهور فى مثل هذا النوع من الأنشطة، يمكن أن يكون له مردود جيد بحسب طريقة تنظيم المكتبة وإدارتها من وجهة نظر المستفيد. ويحتاج تقديم المكتبة بهذه الطريقة، أن ينظم بحرص شديد إذا أريد له أن يكون ناجحاً فى الاستحواذ على اهتمام المشاركين خلال سلسلة من اللقاءات. كما ينبغي للعاملين بالمكتبة أن تكون لديهم المهارات الأساسية لإدارة مثل هذه المحاضرات، قبل البدء فى مثل هذا المشروع.

٥- جماعة أصدقاء المكتبة:

من بين الأنشطة المهمة بالمكتبة العامة، تكوين جماعة أصدقاء المكتبة. وسوف تتكون هذه الجماعة من بعض العاملين بالمكتبة، إلى جانب بعض المستفيدين الذين تكون لديهم الرغبة والوقت والإمكانية لدعم خدمات المكتبة والتعريف بها فى المجتمع المحيط. وهناك جماعات أخرى مماثلة تكونت فى المجتمع لدعم خدمات أخرى مثل المتاحف والجمعيات الاجتماعية وغير ذلك مما يتطلب تضافر الجهود بالمجتمع.

وتعمل جماعة أصدقاء المكتبة - بصفة خاصة - على زيادة إحاطة الجمهور بالكتب والمصادر المختلفة وبخدمات المكتبة عامة. كما أن لهم دوراً فى الحصول على الدعم المادى من الأفراد والمؤسسات لشراء مواد ذات أهمية خاصة للخدمة، يمكن أن تكون مخطوطة نادرة، أو مجموعة مواد للتاريخ المحلى، وهى التى لا يخصص لها عادة أحد بنود الميزانية. وعلى أية حال، فمن الضروري أن يكون المكتبى واعياً إلى أن هذه الجماعة لن تكون متعمقة فيما يتعلق بسياسة المكتبة، كما أن أفرادها لن يكونوا ممثلين حقيقيين

للمجتمع . وأنه من الممكن للمكتبي نفسه إذا أدى عمله باخلاص ، أن يهتم بصفة خاصة بالاحتياجات المحلية^(٣) .

وفى النهاية ينبغى أن نقول أنه إذا أرادت المكتبة العامة أن تحتل مكانها الصحيح فى المجتمع ، فينبغى على المكتبيين العمل بنشاط على تصحيح الأفكار غير السليمة عن خدمات المكتبة العامة ، وهى التى مازالت سائدة فى المجتمع . كما ينبغى عليهم جذب الانتباه إلى قيمة المكتبة فى المساهمة فى تحسين أوضاع الأفراد ، وإثراء نوعية الحياة ، عن طريق تشجيع التعليم الذاتى غير الرسمى والمساعدة فى هذا التعليم . كما ينبغى على المكتبيين إظهار أن المكتبة يمكن أن تقدم المساندة الإيجابية فى الأنشطة الثقافية ، والتعليمية ، والترفيهية ، والمهنية ، وفى العمل والصناعة بالمجتمع . وأن الموقع الواضح الذى ينبغى البدء منه ، هو تعليم المستفيدين من الشباب والأطفال استخدام المكتبة العامة ، وغرس عادة حب القراءة لديهم .

٦- الدعاية والإعلان،

لقد حدث تطور وتحسين كبير خلال العقود الماضية فى عرض وتقديم البضائع والخدمات فى كل من التجارة والصناعة ، وأصبح الجمهور يتوقع مستوى عاليًا من العرض والدعاية . وقد حدثت بعض هذه التطورات نتيجة للأساليب الجديدة فى الطباعة ، وإتاحة مواد متنوعة للتغليف والعرض . وكما حدث فى التجارة والصناعة حدث أيضا فى المكتبات ؛ فالمستوى العالى للسلع والخدمات هو الذى روج لاستخدامها وساعد فى تقييمها واختيارها . كما نجد أن المستوى العالى فى التقديم بالمكتبات من خلال مطبوعات المكتبة ، قد شجع على استخدام الكتب والقراءة ، وساعد فى الدعاية على نطاق واسع للخدمات المتاحة فى المكتبة العامة . وإذا نظرنا على مستوى أعلى من ذلك ، فقد استطاعت المكتبة أن تحصل على مساندة مالية كافية من السلطات المسؤولة

عنها؛ فهذه السلطات تحتاج أن تبين أن المكتبة استثمار جيد لهذا الدعم المادى.

كما حدثت تطورات كثيرة فى المواد التى تصمم لمساعدة الهواة لإنتاج أعمال الرسم ذات الجودة العالية بطريقة سهلة وبتكلفة منخفضة، كما يوجد الآن تنوعات واسعة من نظم العرض فى السوق، تتناسب كثيراً مع المكتبات. واستخدام هذه النظم على نطاق واسع قد ساعد فى رفع معايير مواد العرض والدعاية بالمكتبات. وبصفة عامة.. فإن ارتفاع التكاليف يؤدى إلى عجز المكتبات عن أن تسير أعمال العرض المهنى فى المحلات والهيئات التجارية الأخرى.

ومن هنا نجد أن هناك بعض المكتبات قد أنشأت بها أقساماً للدعاية، يعمل بها فنانون لكل الوقت مؤهلون لعمل العرض. والبعض الآخر من المكتبات يتعاقد مع مصممين لرسم خطوط العناوين، والرؤوس، وأغلفة قوائم الكتب ورموز المكتبة. إن التحسين والتطوير الذى حدث فى طباعة المواد، قد أدى إلى تحسين صورة خدمة المكتبة.

وعلى أية حال، فإنه فى حالة الميزانية الصغيرة، يمكن أن تستخدم هذه الميزانية بكفاءة أكثر إذ أعطت الأولوية لنطاق المواد المطبوعة التى تتطلبها الخدمة المكتبية. وبعد ذلك تصمم المطبوعات بعناية شديدة؛ حتى تتكامل مع بعضها دون تكرار غير مرغوب فيه. وسوف تحتاج المكتبة فى المرحلة المبكرة إلى بعض بحوث التسويق، لتحديد الكمية المطلوبة من كل مطبوع، وعلى الرغم من أنه يمكن أن ترتفع التكلفة منذ البداية، إذا طبعت المكتبة كل العدد المطلوب مرة واحدة، إلا أن هذه التكاليف الإضافية فى هذه المرحلة، تبدو هامشية بالمقارنة بتكاليف إعادة الطبع. وإذا كان من الضرورى أن نفذ سلسلة من المطبوعات على مراحل خلال فترة من الزمن، فينبغى أن نضع ترتيباً للأولويات. وينبغى أن نبذل العناية الشديدة فى اختيار شكل الإخراج، والنمط،

والورق، وأسلوب الطباعة من أجل إعطاء انطباع قوى مع أقل تكلفة قدر المستطاع.

٧-التقارير:

سوف تختلف أولويات المطبوعات من مكتبة لأخرى، ولكن ينبغي لجميع المكتبات أن تصدر قائمة تلك المطبوعات لديهم تلك التى تعلم الجمهور بنطاق الخدمات المتاحة لهم. وقد أخذت التقارير السنوية للخدمة المكتبية أهمية كبيرة فى فترة ما. وما تزال بعض المكتبات تنشر تلك التقارير، وهى غالباً ما تنتج وتصمم؛ لكى تمثل النشاط الطباعى الرئيسى للخدمة المكتبية. وعلى الرغم من أن التقارير السنوية كانت تقوم بدور مهم فى الماضى دون شك، إلا أن قيمتها الآن موضع تساؤل. وترجع أهميتها فى تلك الفترة إلى نقص وسائل الدعاية عن إنجازات المكتبة المحلية.

ومن الطبيعى أن يؤخذ فى الاعتبار تكاليف الطباعة لهذا النوع من المطبوعات؛ لأن قيمة التقارير السنوية لا تستمر طويلاً باستثناء القيمة التاريخية طبعاً. ومن الممكن فى هذه الأيام أن تكون الأفضلية لإنتاج نشرة أو مطوية بسيطة ذات طباعة جيدة تسجل فيها الإحصائيات الأساسية للخدمة، موضحة بالرسوم عند الضرورة ومصحوبة بفقرة تقديمية. إن التكلفة المنخفضة نسبياً لمثل هذه المطبوعات، سوف تمكن المكتبة من توزيعها على نطاق واسع. ومن الممكن أن يتم تصميمها على أن تكون صغيرة بدرجة كافية لكى توضع داخل جيب الجاكت؛ لتسهيل الرجوع إليها. ومن الضرورى أن تكون بسيطة فى محتواها بدرجة كافية، حتى يمكن الاقتباس منها بثقة من جانب العاملين، عندما يطلب منهم الإجابة عن اسئلة عن الخدمة المكتبية^(٤).

٨-النشرات:

سوف يحتاج كل نظام مكتبى إلى نشرة تقديمية بسيطة يكون إنتاجها جذاباً، على أن تصف نطاق وامتداد خدمات المكتبات. ومن الضرورى أن تشتمل هذه

النشرة على قائمة بالمكتبات التابعة للنظام مع عناوينها وأرقام تليفوناتها، والتعليمات الأساسية لاستخدام الخدمة. وينبغي أن تكون مثل هذه النشرة متاحة فى كل موقع خدمة. ومن المهم أيضاً أن تكون هذه النشرة معروضة فى كل المؤسسات التعليمية والثقافية؛ حيث يفترض أن يحصل الجمهور على مصدر معلومات عن تسهيلات المكتبات العامة. كما ينبغي أن تتاح أيضاً فى المراكز الأخرى، مثل: محلات النظارات، والعيادات وعيادات الاسنان. ومن الضرورى أن تنتج هذه النشرة بكميات كافية لتقديمها خارج المكتبة عند الأحاديث والاجتماعات عن الخدمة المكتبية.

ولذا كان النظام المكتبى كبيراً ويضم عدداً من المكتبات الفرعية، فيمكن أن يلحق بالنشرة نشرات عن المكتبات الفردية توضح موقعها داخل المجتمع، والتسهيلات التى تقدمها، وتفصيلات عن ساعات فتح المكتبة. كما أن الخدمات الخاصة داخل النظام المكتبى تستحق هى أيضاً نشرة منفصلة. ومن المفضل لهذه النشرات أن تأخذ كلها شكلاً موحداً، وأن تشترك أيضاً فى بعض جوانب التصميم. وسوف يختلف ويتنوع نطاق الخدمات التى تقدمها هذه المكتبات باختلاف الإدارة المكتبية، كما ينبغي إعداد نشرات خاصة للإعلان عن خدمات المراجع وخدمات التاريخ المحلى، وخدمات الأطفال والمدارس، وخدمات المعوقين وذوى الحاجات الخاصة، والمجموعات العرقية، وخدمات التسجيلات السمعية والمجموعات الخاصة الأخرى من المواد بما فيها مجموعات النوت الموسيقية، والمسرحيات واللوحات المتاحة للإعارة. ومن الضرورى أن تتاح مثل هذه النشرات خارج النظام المكتبى، خاصة فى تلك المكتبات الصغيرة غير القادرة على تقديم نطاق كامل من الخدمات بنفسها، كما ينبغي توزيعها على المنظمات والهيئات التى تهتم بمثل هذه المجالات.

٩- مطبوعات التاريخ المحلى :

سوف تساعد المطبوعات الصادرة عن الخدمة المكتبية فى تحسين صورة المكتبة، خاصة تلك التى تفيد المجتمع بصورة مباشرة. ومن هنا. . فإن نشر

عمل عن التاريخ المحلى أو الآثار المحلية سوف يملأ فراغاً فى المواد المرتبطة بالمحليات. وإذا كان أمين المكتبة قد أعد مواد جيداً، وتعرف الاحتياجات المحلية بعناية، فمن الممكن أن ينتج مادة رائجة تحظى باهتمام قطاع عريض من المجتمع. وليس من الضرورى أن يكون النشر دائماً لإنتاج عمل جديد، ولكن يمكن أن يكون إعادة إصدار لعمل لم يعد يتمتع بحق النشر مثلاً، خاصة إذا كان مصحوباً بملحق من المواد الإضافية فى شكل خريطة، أو إيضاحيات من مجموعة التاريخ المحلى بالمكتبة. والواقع أن هناك بعض الإدارات المكتبية تقوم بإنتاج مطبوعات شيقة جداً بسهولة وبساطة عن طريق جمع ونشر مجموعة من الخرائط والرسوم والإيضاحيات ومواد أخرى، تكون مقتناة فى مكتباتهم ولكنها مختفية داخل المجموعات. كما تقوم بعض المكتبات باستغلال كل ما لديها من خبرة ومواد مكتبية لتحسين صورتها، بإنتاج مطبوعات تعليمية، وأدلة للمعلومات المحلية وكتب إرشادية.

١٠- الفهارس المطبوعة:

كما أن إنتاج الفهارس المطبوعة قد ظهر مرة أخرى بعد انقطاع لفترة طويلة. ويمكن أن يكون لهذه الفهارس المطبوعة قيمة مباشرة وباقية فى المجتمع. كما أن جمع فهرس المكتبة باستخدام الكمبيوتر ومنسق الكلمات، قد جعل من السهل إنتاج قوائم لمجموعات خاصة من المواد. كما أن المجموعات التى لا تتجاور فى الرفوف، مثل النوت الموسيقية، ومجموعات المسرحيات أو التاريخ المحلى، تعتبر مناسبة بصفة خاصة لهذا النوع من المعالجة. وحيث إن المطبوعات تعتمد فى انتشارها بدرجة كبيرة على المعايير العالية فى التصميم والطباعة لتكون جذابة، إلا أن الفهرس يعتمد على محتوياته، التى تشكل عامل الجذب الأول للمستفيد. ومع هذا فمن المرغوب فيه أن يكون التصميم وطباعة الغلاف جذابين، كما ينبغى أن تكون طباعة جسم القائمة واضحة، ويكون التنسيق جيداً، أما المستوى العالى من الطباعة فسوف تكون أهميته ثانوية.

ومن المرغوب فيه أن تنشر المكتبة الفهارس المطبوعة للمجموعات الخاصة، على أن يتم تحديثها على فترات معقولة، وتعتبر هذه الفهارس من المطبوعات المحببة والرائجة من جانب الجمهور. أما قوائم إضافات الكتب، فيمكن أن يكون التابع فيها أسرع، وذلك لأنها تدرج فقط العناوين الجديدة التي أقتنتها المكتبة، وأصبحت متاحة للجمهور، وكذلك المطبوعات الأخرى التي استبعدت من المجموعات. ولهذا يكون من غير المعقول أن تنتج بطباعة جذابة؛ لأنها سوف تكون مكلفة نسبياً. أما القوائم الموضوعية والتي تعد في مناسبات معينة، وهى التى تجمع العناوين التى توجد متفرقة على الرفوف بحسب خطة تصنيف وتنظيم المكتبة، فيمكن لهذه القوائم أن تساعد فى جذب مستفيدين جدد للمكتبة، إلا أن محتوياتها يمكن ألا تكون مهمة لعدد كبير من الجمهور؛ لأنها تمثل اختيار أمين المكتبة لبعض الأوعية من بين مقتنيات المكتبة فى أى موضوع. ولذلك ينبغي قبل أن نبدأ فى مثل هذا المشروع، أن يكون هناك اقتناع أولاً بأنها تساوى كل الوقت والجهد والنفقات المبذولة فى إنتاج هذه القوائم، وهى التى تمثل فى أفضل حالاتها مجرد جزء صغير فقط من مصادر المكتبة من أجل عميل محدود.

وإذا كانت المكتبة العامة على علاقة وثيقة بمؤسسات الحكومة المحلية ومؤسسات التجارة والصناعة فى المجتمع المحلى، فيمكن أن تعد صورة مبسطة من نشرات الإحاطة الجارية. وسوف يكون التركيز على القوائم التى تنتج دورياً عن المواد الجديدة التى وصلت إلى المكتبة، وتهم عميلاً متخصصاً. وسوف تصمم هذه النشرات باعتبارها مطبوعات عابرة بطبيعتها وسوف يطلع عليها بسرعة، وبالتالي لا تتطلب مستوى عالياً من الطباعة أو الورق؛ وحيث إنها يمكن أن تكون إحدى المواد التى يتم المرور عليها فى مكتب مزدحم بالعمل اليومى، فمن الضروري وضع عنوان ملفت فى أعلاها؛ حتى يمكن تمييزه بسهولة عن المطبوعات الأخرى^(٥).

سوف تحتل الملصقات والإشعارات المعيارية موقعاً متقدماً فى كل المكتبات. وينبغى إعطاء أهمية خاصة لتصميم هذه الملصقات؛ لأنها سوف تكون تحت نظر الجمهور بصفة مستمرة، وسوف يكون لها رسالة مهمة. وقد تقدمت النظم المكتبية الآن وأصبحت كبيرة بدرجة كافية، تسمح لها بإعداد مثل هذه المواد مطبوعة، أفضل من إنتاجها يدوياً أو استنساخها بالاستنسل. ويمكن أن ترتبط الإشعارات بفترات العطلات مثلاً، أو تكاليف الحجز، وينبغى أن تكون كبيرة بدرجة كافية حتى يمكن رؤيتها فى لمحة واحدة، وأن يكون النص فيها سهل القراءة. ويمكن للمكتبة أن تتبنى طرازاً موحداً لهذه الإشعارات، فسوف يساعد ذلك فى تعرفها بسهولة خلال المكتبة، كما أنه يخلق نوعاً من المظهر الجيد الأنيق. وحيث إن هذه الإشعارات سوف تبقى فى مكانها لفترة معقولة، فينبغى أن تطبع على ورق سميك حتى يتحمل ولا يتمزق، وبألوان لا تبهت فيضيع رونقها. ولم يعد مكلفاً لميزانية معظم المكتبات تجهيز ورقة مصقولة وبطاقة توضع بين لوحين من البلاستيك. وإذا عولجت الإشعارات بهذه الطريقة، فإنها تحسن من مظهرها كما أنها تطيل فترة بقائها.

وحيث إن الطبيعة المعيارية الخاصة بالإشعارات يمكن أن تحد من التصرف فى نمطها وإخراجها، فسوف تكون الحرية كبيرة فى تصميم الملصقات التى تعلن عن أنواع الأنشطة والتسهيلات الخاصة المقدمة من جانب المكتبة. وفى مثل تلك المواد يمكن للمواد المرسومة أن تتساوى فى الأهمية مع النص. وتوجد بالسوق نوعيات مختلفة من مطبوعات الأعمال الفنية، التى أعدت خصيصاً للاستنساخ، وهى مفيدة جداً خاصة للمكتبات التى تنتج موادها المرسومة.

ولايجوز أن تعد مثل هذه الملصقات للمناسبات الفردية، فسوف يكون ذلك مكلفاً دون شك. ولكن يمكن إعداد الملصقات على نطاق ضيق مثل التى تعلن عن مناسبات، مثل: ساعات قراءة القصة للأطفال، والمعارض، وأنواع الأنشطة الأخرى. ويمكن أن تصمم بطريقة معينة بحيث تترك مساحة خالية لوضع

تفاصيل تتعلق بالمناسبة، سواء بإضافتها باليد، أو بنقل وتجميع الحروف، أو بالاستئصال.

وينبغي أن تصمم كل هذه المطبوعات مع تصور خاص لقراءتها، وألا يقتصر الاهتمام بجعلها منتجاً جذاباً. كما ينبغي أيضاً الاهتمام بوضعها فى أماكن معينة حيث تجذب انتباه الجمهور، وتفشل الكثير من المكتبات فى هذا الشأن. ومن الممكن أن تصمم حافظة خاصة لوضع النشرات، يتم وضعها إما بجانب المدخل الرئيسى للمكتبة، أو على مكتب الاستعلامات، وكذلك فى الأقسام المرتبطة بكل منها داخل المكتبة. وإذا وضعنا إشعارات، مثل: «ممنوع اصطحاب الكلاب» أو «ممنوع التدخين»، فينبغى أن تظهر عند مدخل المكتبة حتى نتجنب الحرج لكل من الجمهور والعاملين.

أما الإشعارات الخاصة بأوقات عمل المكتبة وأيام العطلات والأشياء المشابهة، التى سوف تؤثر على كل مستفيدى المكتبة، فينبغى أن توضع فى أماكن بحيث يمكن رؤيتها لكل فرد يستخدم المكتبة. ومن الضرورى أن توضع إشعارات معيارية داخل المبنى على لوحة إعلانات منفصلة، توضع بجانب الغرض ذاته. كما ينبغى أن توضع أيضاً على مكتب الاستعلامات حيث يمكن قراءتها بسهولة.

وبالإضافة إلى لوحة الإعلانات، توجد حاجة ماسة فى معظم المكتبات لأماكن عرض إضافية ذات طبيعة مؤقتة أو دائمة. وسوف تتسم العروض المؤقتة بالتنوع وبأهميتها للمكتبة. ويمكن أن تتمثل هذه الأماكن فى نوافذ العرض أو صناديق العرض، وهى التى يتم تصميمها كجزء من المبنى. وهى مناسبة بشكل خاص لعرض الأشياء ثلاثية الأبعاد، كما أنها توفر الأمن للأشياء المعروضة.

١٢-العروض

غالباً ما يمكن استغلال فرصة العروض، التى تنظمها الهيئات والمؤسسات القومية والمحلية للتأثير الجيد على الجمهور؛ فهى توفر الوقت الذى يتطلبه

إعداد وتجهيز عرض خاص بالمكتبة. كما أنها توفر المبالغ الكبيرة التي تنفق على هذا الإعداد والتجهيز، وهو الأمر الذى يؤثر بطبيعة الحال على ميزانية المكتبة. كما أنها يمكن أن تقدم للمكتبة فرصة لتحسين بعض خدماتها، ومن الممكن أن تجذب أعضاء جددًا من الجمهور للمكتبة، وهم الذين لم يقربوا مبنى المكتبة من قبل، خاصة إذا تم الإعلان بأسلوب جيد. ومن أفضل العروض التى يمكن استغلالها لهذا الغرض، عروض الأعمال الفنية الخاصة بمدارس الأطفال المحلية؛ فهى سهلة وملفتة للنظر وذات جاذبية عريضة، ومشجعة لكل من الأطفال والآباء لزيارة المكتبة معًا.

إن كل العروض مكلفة جدًا فى إعدادها؛ خاصة إذا كانت على مستوى جيد. ويمكن تحقيق بعض التوفير إذا أنتجت مواد العرض مركزياً، على أن يتم إعارتها للمكتبات أو لمواقع أخرى خارج المكتبات حسبما يتناسب. وإذا لم يكن لدى الإدارة المركزية للنظام المكتبى فنانون يعملون لديهم، فمن الممكن الحصول على المساعدة من العاملين بالمتحف المحلى أو من كليات الفنون المحلية. سوف تستخدم معظم العروض المعدة لإعارتها للمكتبات لجذب انتباه الجمهور لأقسام معينة بالمكتبة، كأن تكون المقتنيات وهى الأكثر أهمية، أو أن تكون الخدمات التى تقدمها المكتبة، وهى التى يمكن أن تساندها النشرات المناسبة. وهناك نوعان من العروض سوف تكون مناسبة لكل أنماط المكتبات، وهما عرضاً يصور نطاق الخدمة المقدمة، وعرضاً للمهنة ككل، وسوف يستخدم كلاهما أساساً خارج المكتبات نفسها.

هناك بعض العناصر العامة المشتركة فى هذه العروض المخصصة للمكتبات العامة. ويمكن للمواد المنتجة على المستوى القومى أن تكون مناسبة فى هذا المجال. وفى أى نوع من العروض، سوف تأخذ المواد التوضيحية والرسوم أولوية عن النص، مثل: الصور والرسوم، والرسوم البيانية. وعندما يستخدم النص ينبغى أن يكون موجزاً. وإذا كان من المرغوب فيه إعطاء تفاصيل أكثر، فينبغى تقديمه فى شكل نشرات، وهى التى يمكن أخذها وقراءتها أو الرجوع

إليها فى وقت الفراغ. بعض سلطات المكتبات المحلية توظف لديها مصورين محترفين، يمكن أن تلحقهم بقسم التخطيط أو بمكتب العلاقات العامة. ومن الممكن أن يطلب منهم إعداد سلسلة من الصور التى تصور العمل بالخدمة المكتبية. وإذا لم يتوفر لدينا ذلك، فالحل البديل الذى يمكن تطبيقه، هو مساندة الجمعية المحلية للتصوير. وبصفة عامة يمكن القول بأنه بمجرد جمع هذه المواد لهذا النوع من العروض، فإنها سوف تبقى ذات قيمة كبيرة لفترة طويلة. ولذلك فمن الممكن أن تلجأ المكتبة إلى تكليف مصور محترف لإخراج العمل. ومن الممكن إعداد هذه المواد باستخدام وسائل أخرى مفيدة، مثل أشرطة الفيديو والشرائح، سواء أكانت تستخدم بالارتباط مع العروض، أم كجزء من أنشطة المكتبة. وهناك القليل من المكتبات التى أعدت أفلامًا تسجيلية عن مكتباتها، ولكنها مكلفة جدًا فى إنتاجها، وهى فوق طاقة كثير من نظم المكتبات، فى حين أن شرائط الفيديو أرخص، وهى بديل أكثر قبولاً كما أثبتت الأيام^(٦).

١٣- وسائل الإعلام

أما الإعلان المباشر فلم يحظ بقبول واسع من جانب المكتبات العامة، باستثناء إعلانات المناسبات فى الصحف المحلية أو فى «الصفحات الصفراء» بملحق دليل التليفون. ولكن يوجد نطاق معقول من الإعلان الرسمى دون تحمل نفقات عالية، من خلال الحكومة المحلية والمنظمات التابعة لها مثل الصحف المحلية. وفى معظم الحالات يمكن أن تكون التكلفة محدودة بإعداد تصميم بسيط يتناسب مع الطباعة والتوزيع؛ وحتى يكون الإعلان فعالاً، ينبغى أن يحمل رسالة بسيطة، وأن يشتمل على مواد توضيحية وأقل قدر ممكن من النص. وهذا يتطلب فنًا قديرًا وموهبًا من أجل إنتاج عمل فنى يأخذ بالألباب بألوانه وتصميمه؛ حتى يجذب النظر ويوصل الرسالة. أما الملصقات فهى ليست مناسبة للإعلان العام، وينبغى أن تستخدم فقط لأغراض تحسين جانب معين من الخدمة. ومن الطبيعى أن يتاح وضع الملصق فى المدارس، والكليات،

والعيادات والمراكز الصحية، وصالات العرض فى المدينة، والمراكز الرياضية والترفيهية، وكذلك المكتبات والمتاحف، وهى كلها أماكن حيث تكون مساحات الإعلان بالمجان تقريباً. ومن المفيد جداً أن تكون هذه الأماكن موضع زيارة قطاع عريض من المجتمع، وسوف يصل الملصق لهذا الجمهور خاصة إذا أحسن إعداده. ولن يقتصر استخدام الملصقات على تحسين الخدمات المكتبية، بل إنها يمكن أن تستخدم أيضاً لتحسين صورة مهنة المكتبات وتشجيع مساندة المكتبة. وعلى سبيل المثال يمكن أن تتلقى المكتبة بعض المواد المهداة إلى مكتبة التاريخ المحلى، ويمكن أيضاً أن تحصل على قائمة بأسماء متطوعين؛ للمساعدة فى توصيل الخدمة المكتبية إلى المرضى والمسنين المقعدين بالمنازل.

ويمكن لموظف العلاقات العامة بالسلطة المحلية أن يكون همزة الوصل فى إقامة علاقات جيدة مع الصحافة والراديو والتلفزيون والوسائل الأخرى. إن لديه عديداً من الاتصالات فى هذه المجالات، وهى أفضل بكثير مما يمكن للمكتبة أن يأمل فى الحصول عليها. بل ومن الممكن له أيضاً أن يكتب أو يحرر جزءاً كبيراً من المواد عن المكتبات، وسوف تجد هذه المواد طريقها إلى الصحافة بسهولة. كما يمكن لموظف العلاقات العامة أيضاً أن يكون أداة فعالة فى إقامة المقابلات واللقاءات فى الراديو والتلفزيون؛ أى إن الدعاية عن الخدمة المكتبية من خلال وسائل الاتصال والإعلام، سوف تعتمد - إلى حد كبير - على العلاقة بين قسم العلاقات العامة بالسلطة المحلية والخدمة المكتبية. ولكن المهم أن نعرف كيف ينظم هذا القسم، وما يمكن أن يقدمه لنا فى دعايتنا كلها.

من المهارات الأساسية لموظف العلاقات العامة، والتى يمكن أن نطلب منه المساعدة فيها، تحرير المواد والأخبار التى نريد إعلام الجمهور بها بطريقة تجعلها جذابة. ولكن لا بد فى مثل هذه الحالات أن يطلع عليها أمين المكتبة المسئول الذى يتآلف مع الخدمة المكتبية وأهدافها؛ حتى يتأكد من أن الصياغة قد أعطت الصورة الصحيحة للمادة التى يحررها للمكتبة؛ حتى يتجنب سوء

الفهم الذى يمكن أن يحدث بسهولة. ومن أجل تجنب أى موقف حساس، فسوف يكون على المكتبى أن يؤكد منذ البداية ضرورة مراجعته للنص أو للمقالة قبل أن تترك يدى موظف العلاقات العامة فى طريقها لأى من وسائل الإعلام.

سوف يستخدم موظف العلاقات العامة الصحافة والمؤتمرات الصحفية فى المناسبات العامة للإعلان عن خدمات المكتبات العامة، وسوف يكون قادراً، حتى ولو لم يكتب بنفسه، على إعطاء نصيحة مفيدة لموظفى المكتبة عن كيفية إجراء المقابلات بالإذاعة والتلفزيون. بل ويمكنه أيضاً أن ينظم دورات تدريبية مخصصة لموظفى المكتبة؛ من أجل تحسين قدرتهم على الحديث فى الإذاعة والظهور فى التلفزيون.

وعندما يعقد مؤتمر صحفى أو يظهر برنامج فى التلفزيون عن المكتبة، فسوف يرغب رئيس لجنة المكتبة فى أن يظهر بنفسه للحديث عن المكتبة، ومن الطبيعى أن تناقش موضوعات حساسة فى هذه المناسبات. ومن الضرورى فى مثل هذه الحالات أن يجهز له ملخصاً قبل المناسبة. والحقيقة أن الوقت والجهد الذى سوف يبذل فى إعداد هذا الملخص لن يذهب سدى؛ لأن توافر المعلومات والحقائق المتعلقة بالموضوع، سوف يساعده فى التوصيل والتأكد من أنه أعطى الموضوع الانطباع الصحيح، بالإضافة إلى أن توافر هذه المعلومات سوف يعطيه الثقة ويجعله موضع ترحيب. بالإضافة إلى ذلك، يفضل أن يصطحب معه مدير المكتبة أو أحد الأعضاء البارزين من الموظفين؛ حتى يمكنه تقديم النصيحة فى الموقع عند الحاجة إليها^(٧).

ولن تكون الاتصالات بوسائل الإعلام كلها عن طريق موظف العلاقات العامة؛ فغالباً ما يحدث أن تتصل إحدى وسائل الإعلام تليفونيا بالمكتبى من أجل أخبار أو من أجل معلومات دون موعد سابق ودون معرفة مسبقة. ومن المفضل أن نتذكر دائماً أن المحررين يبحثون دائماً عن أخبار، وأن الأخبار السيئة هى التى تجذبهم أكثر، وهى التى تصنع فى العادة العناوين الصحفية. كما

أن الاتجاه الغالب بوسائل الإعلام أن تتصل بالخدمة المكتبية فقط عند حدوث أشياء خطأ، أو أن تكون هناك موضوعات تجرى مناقشتها على الساحة، وفي مثل هذه الحالات يكون من المفضل تجنب التعليق الذي يمكن أن يتسبب في أذى يصعب السيطرة عليه فيما بعد.

وينبغي للمكتبي أن يكون حذرًا في استجابته للأمور من هذا النوع، لا بغرض أن يتمكن من تجاهل الحقائق، ولكن للتأكيد أن الموضوع تجرى معالجته بالطريقة التي تجعله لا يحتاج إلى مراجعة وتصحيح. إن الصحفي في بحثه عن قصة أو موضوع، لن يتوجه إلى مدير المكتبة، ولكنه سوف يتوجه للمكتبي الموجود في الخدمة بالمكتبة المحلية. ولا ينبغي للمكتبي في مثل هذه الحالات إعطاء معلومات أو حقائق تتعلق بالخدمة المكتبية، ولكن من الحكمة إعطاء النصح للعاملين بالمكتبة، بتحويل الاستفسارات التي تتعلق بالسياسة أو الموضوعات الحساسة إلى مدير المكتبة. وبهذه الطريقة يمكن للعاملين تجنب الحرج من اختلاف الروايات، ويقلل من تعرض الخدمة المكتبية للصحافة السيئة.

إن المستوى المتواضع الذي كانت تمارس به الحكومة المحلية لأمر الدعاية والإعلان، قد ساهم دون شك في المستوى المنخفض الذي يحصل عليه المجتمع من الخدمات، والذي تعمل به أيضًا السلطة المحلية. ولكن هناك فرصة فريدة الآن لتحسين المستويات السابقة، والوصول إلى طريقة أفضل لتقديم دعاية على مستوى عالٍ خلال الحكومة المحلية، عن طريق النطاق الواسع من الاتصالات بالجمهور، ونقاط الخدمات المتعددة والمنتشرة في كل مكان.

المصادر

- (1) Stokaley, Roger. Presenting the library service.- London: Clive Bingly, 1982- p. 73.
- (2) Jolliffe, H.- Public library extention activities.- 2nd. ed.- London: Library Association, 1988.- p. 96.
- (3) Cronin, B. "Hype, Hype... hooray".- Library Association record, No. 83 (April 1981) .- p. 195.
- (4) Stoakly, Roger. op. cit. p. 84.
- (5) Ibid. p. 85.
- (6) Tyckoson, David A. "Of the people, for the people".- American Libraries, vol. 31. Issue 4 (April 2000).- p. 40.
- (7) Jolliffe, H. op. cit., p. 99.