

図書館の広報活動

北川 正路

東京慈恵会医科大学 医学情報センター図書館

はじめに

図書館委員会で、「この委員会に参加するまで、購入図書選定や購読中止雑誌決定の過程について、まったく知らなかった」との指摘を受けたことがある。図書館の運営が利用者からみえない所で進められているという印象がもたれているのではないかと考えさせられた。また、利用者から「この雑誌はいつから購読中止になったのですか」との問い合わせを受けることもあるが、所蔵資料やサービス内容の変更についても理解を得る必要を感じる。これらは、広報活動を充実させることによって解決をしていく問題であると思われる。

広報の必要性

『大辞林（小学館）』の「広報」の項目には、「...事業内容や活動状況を一般の人に広く知らせ理解を求めること。また、その知らせ」と書かれてある。図書館では、職員は、与えられた任務を遂行すべく、日々眼前の業務を処理しているが、利用者との接点を失わないように、気をつけなければならない。

利用者や所属機関の理解を得て図書館活動は充実していく。広報活動によって、図書館の業務内容を理解してもらい、さらに、図書館活動の改善についての意見を求めて協力を得ることが必要である。

広報の方法

Wolfe は、図書館のコミュニケーションに関連する活動として、広報（public relations）を含め、マーケティング（marketing）、プロモーション（promotion）、広告宣伝（advertising）の4つを挙げ、それぞれについて解説している。広報を企画する際はその目的を明確にするために、「何を伝えたいのか」「誰に伝えたいのか」「いつ伝えたいのか」「なぜ伝えたいのか。何かをしてもらいたいのか」という点を確認するように勧めている。効果ある広報とするためには、とにかく何でも知らせるのではなく、目的を設定し、その目的の達成に焦点を絞った内容としなければならない。また、マーケティング、プロモーション、広告宣伝の活動とも関連させて、利用者とのコミュニケーションを密接にすることにより、効果が上がると思われる。

今回の発表では、医科大学の図書館で広報が必要であると思われる事例を挙げ、どのような広報を企画すれば効果が上がるかについて考える。

Wolfe LA. Library public relations, promotions, and communications (How-to-do-it manual ; no. 75). New York: Neal-Schuman Publishers, 1997. (ISBN: 155570266X)