

Agnieszka Kościelniak-Osiak

Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie, Uniwersytet Warszawski

W poszukiwaniu remedium na wielofunkcyjność bibliotekarzy: Oddział Promocji, Wystaw i Współpracy Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie i jego zadania jako instytucjonalna próba wyjścia z impasu

Streszczenie. Biblioteki naukowe, pragnąc realizować postulaty badawcze oraz plany indywidualnego rozwoju naukowego pracowników, konfrontowane są z szeregiem nowych dodatkowych absorbujących zadań, nowymi koncepcjami funkcjonowania bibliotek, rozwojem pojęcia usług bibliotecznych i rozwojem technologicznym. Biblioteki mierzą się dodatkowo z problemem pozyskiwania środków zewnętrznych, zarządzają nimi w czasochłonnym i zbiurokratyzowanym procesie. Zabiegając o fundusze zewnętrzne, rozszerzają często pola działalności – od tych związanych z popularyzacją wiedzy po te charakterystyczne dla szeroko pojętej funkcji kulturotwórczej. Oddział Promocji, Wystaw i Współpracy (obok Oddziału Projektów Celowych i Funduszy Zewnętrznych BUW) powołany został, aby choć w części przejąć zadania wynikające z tych nowych wyzwań z ramion przeciążonych bibliotekarzy z pozostałych oddziałów biblioteki.

Słowa kluczowe: promocja, fundrising, sponsorzy, wystawy.

O nowych wyzwaniach stojących przed bibliotekami, w szczególności naukowymi, tempie zmian i ich przyczynach środowisko dyskutuje od lat. Warto tu podkreślić aktywną rolę, jaką większość bibliotek wzięła na siebie, mimo wielu okoliczności utrudniających adaptacyjne procesy, np. chronicznego niedofinansowania, braku rozsądnych strukturalnych i systemowych inicjatyw decydentów. Rzutkość na tym polu ma jednak swoją cenę.

Biblioteki naukowe, realizując postulaty badawcze, wdrożenia poszerzające ofertę skrojoną na miarę potrzeb współczesnych użytkowników oraz plany indywidualnego rozwoju naukowego pracowników, muszą zmierzyć się z wieloma

dodatkowymi absorbującymi zadaniami narzucanymi nowymi koncepcjami funkcjonowania bibliotek, rozwojem pojęcia usług bibliotecznych i rozwojem technologicznym. Biblioteki stają przed problemem pozyskiwania funduszy zewnętrznych, zarządzają nimi w czasochłonnym i zbiurokratyzowanym procesie. Realizacja projektów ze środków zewnętrznych, a także innowacyjne wdrożenia czy poszerzenie zakresu usług bibliotecznych związane są często z wymogami szeroko zakrojonej popularyzacji efektów prac lub zaproponowanych usług. Przygotowanie nawet krótkiego spotu filmowego, kampanii informacyjnej w mediach uczelnianych, społecznościowych czy miejskich generuje wiele czasochłonnnych i wymagających odrębnych kompetencji czynności. Oddział Promocji, Wystaw i Współpracy (obok Oddziału Projektów Celowych i Funduszy Zewnętrznych) powołany został w Bibliotece Uniwersyteckiej w Warszawie, aby choć w części przejąć zadania wynikające z tych nowych wyzwań od przeciążonych bibliotekarzy z pozostałych oddziałów biblioteki.

Zadania i funkcje biblioteki naukowej – w ogólnym zarysie pomieszczone w tekście misji i wizji Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (zob. Strategia Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (BUW) na lata 2015–2018, buw.uw.edu.pl) – uwypuklają charakter „usługowy” biblioteki akademickiej, ale wskazują nadal wśród jej najistotniejszych działań badania naukowe, zwłaszcza w kontekście zbiorów historycznych i artystycznych. Traktowanie ich jako strategicznie ważnego wyróżnika Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie jest ponadto konsekwencją m.in. dyskusji i przewartościowań ostatnich dwóch dekad, kiedy to usiłowano doprowadzić do jednoznacznego zdefiniowania kierunku rozwoju zasobów i usług bibliotek – w tym naukowych – a to wieszcząc koniec ery druku, a to prorokując wyludnienie bibliotek na skutek rozpowszechnienia zdalnego dostępu do zasobów, a to sugerując spadek atrakcyjności i zastosowań dla usług bibliotecznych. Kolekcje historyczne i artystyczne mają szansę jednak pozostać nadal kapitałem biblioteki naukowej, przesądzającym o jej atrakcyjności i nadającym kierunek jej działalności badawczej, a także kulturalnej i społecznej. Kolekcje te są ponadto jednym ze źródeł tzw. bibliotecznej wartości naddanej. Na wprowadzone przez Jacka Wojciechowskiego (2005, s. 17–27) w pracy *Biblioteczna wartość naddana* pojęcie zbioru wartości generowanych ekskluzywnie przez biblioteki składa się wiele zjawisk, spośród których najistotniejsze wydają się procesy komunikacyjne. Trafne rozpoznanie wagi mediacji w bibliotece leży u podstaw docenienia roli promocji – kreatywnych komunikatów kierujących uwagę odbiorców na określoną ofertę biblioteki.

W przypadku Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie postrzeganie wartości naddanych, generowanych w nowej konfiguracji od początku XXI wieku, stawało się ewolucyjnie formą świadomej autokreacji: BUW po zasiedleniu nowego gmachu na Powiślu w 1999 roku odegrała i nadal odgrywa niezwykle

istotną rolę, nie tylko w warszawskim środowisku akademickim – jej nowoczesny gmach, jeden z pierwszych „dla nauki”, stał się symbolem atrakcyjnej nowoczesności również dla mieszkańców Warszawy, a w szczególności dla zaniebanego Powiśla. „Markowość” architektury, powstanie mody na „lans” w BUW, wysyp zapytań o udostępnienie jej przestrzeni do najróżniejszych realizacji (od spotkań politycznych po spoty reklamowe) – przesłaniały jednak kontekst zbiorów i funkcji biblioteki. Bibliotekę Uniwersytecką kojarzono jako atrakcyjne architektonicznie miejsce spacerów i spotkań, gdzie odbywa się m.in. gala Nagrody Literackiej Nike, a rzadko kto wiedział, że jest ona depozytariuszem np. rękopisu *Nocy i dni* Marii Dąbrowskiej czy bezcennych kolekcji rycin Stanisława Augusta Poniatowskiego.

Cóż, wiemy już, że immanentnym atrybutem XXI wieku jest płynność, a premiowana będzie zdolność szybkiej adaptacji – obie cechy wydają się egzystencjalnie obce tradycyjnej bibliotece, ale i tu środowiska bibliotekarzy potrafią zaskoczyć elastycznością i kreatywnością. Do impasu dochodzi jednak – najprościej rzecz ujmując – właśnie ze względu na rzeczoną kreatywność i rozmaite oczekiwania, które się bibliotekom stawia. Środowisko się nie uchyla przed ich spełnieniem, a nie mogąc zwiększać zatrudnienia ani skracać godzin obsługi czytelników, popada w oczywisty w takiej sytuacji stan permanentnej pogoni i niedoczasu, a w konsekwencji często spadku motywacji pracowników i wielu innych niepożądanych zjawisk (najgroźniejsze z nich to „grantoza” i wypalenie zawodowe¹).

W kulturze organizacyjnej bibliotek od dłuższego już czasu adaptowany jest postulat możliwie „wstrzemięźliwej specjalizacji” na poszczególnych stanowiskach pracy (Wojciechowski, 2002, s. 38). W kontekście utrzymywania wysokiego poziomu zaangażowania bibliotekarzy w działalność naukową i popularyzatorską jest to jednak momentami wątpliwe rozwiązanie, zwłaszcza gdy konieczne bywa tu poświęcanie wielu godzin z czasu pracy na żmudną biurokrację lub organizację na poziomie administracyjno-rzeczowym. Wielu czynności związanych z pozyskiwaniem środków zewnętrznych czy z wielowątkową współpracą z instytucjami partnerskimi nie można już wykonywać przy okazji, obok właściwej działalności – zadania te wymagają mianowicie coraz bardziej rozbudowanej wiedzy i umiejętności, a sprawność i skuteczność na tych polach uzyskuje się w efekcie głębokiego wejścia w zagadnienie, dodatkowych szkoleń, gromadzenia doświadczenia i wiedzy praktycznej.

¹ Problem ten poruszył na II ogólnopolskiej konferencji naukowej, poświęconej tematyce zbiorów specjalnych w Szczecinie (1–2 grudnia 2016): *Zbiory specjalne w bibliotekach polskich: w służbie nauki i edukacji*, dr Rafał Wójcik w wystąpieniu *O jasnych i ciemnych stronach działalności naukowej i edukacyjnej Oddziału Zbiorów Specjalnych Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu w latach 2005–2016*.

Zaproponowane w 2013 roku rozwiązanie w postaci utworzenia Oddziału Promocji, Wystaw i Współpracy nie było rewolucją, ale zaledwie ewolucyjnym przekształceniem stanowisk już istniejących, rozszerzeniem ich kompetencji oraz powiększeniem składu z jednego etatu do trzech (docelowo czterech) plus etat grafika. Po przeniesieniu BUW do gmachu na Powiślu stworzono Samodzielne Stanowisko ds. Promocji (2004), które miało skanalizować nowe zagadnienia w funkcjonowaniu biblioteki, a wynikające z olbrzymiego zainteresowania efektywnym budynkiem zaprojektowanym przez Marka Budzyńskiego i Zbigniewa Badowskiego; później powołano Samodzielną Sekcję ds. Organizacji, Współpracy i Promocji (2006), a od 2013 roku właśnie Oddział Promocji, Wystaw i Współpracy (OPW).

W zakresie obowiązków oddziału pozostały wszystkie dotychczasowe zadania sekcji – koordynacja współpracy z instytucjami zewnętrznymi w zakresie współpracy kulturalnej (wystawy, koncerty) i popularyzującej naukę oraz zbioru (Noc Muzeów, Festiwal Nauki, współpraca przy przygotowywaniu konferencji), produkcja materiałów promocyjnych, koordynacja zapytań dotyczących realizacji filmowych i fotograficznych, przy czym komercyjny wynajem podlega bezpośrednio nadzorowi dyrekcji. Wśród zadań nowego oddziału znajdują się również klasyczne postulaty ze sfery *public relations* – stała i konsekwentna troska o reputację biblioteki, kreowanie jej marki, promocja zbiorów, udoskonalenie oferty usług bibliotecznych, poprawa identyfikacji wizualnej i komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, optymalizacja procesów i wprowadzenie procedur usprawniających, współpraca z innymi jednostkami uniwersytetu, współpraca zagraniczna, w tym koordynacja wyjazdów szkoleniowych bibliotekarzy w ramach programów Erasmus oraz bilateralnych umów międzynarodowych, organizacja pobytów szkoleniowych bibliotekarzy zagranicznych oraz praktyk studenckich w ramach programów unijnych, organizacja wizyt zagranicznych gości, poszukiwanie sponsorów i darczyńców. Zakres zadań został też poszerzony o te, które pozostawały dotychczas w kompetencji poszczególnych oddziałów czy w szczególności gabinetów zbiorów specjalnych: koordynację użyczeń zbiorów w charakterze eksponatów na wystawy zewnętrzne, wypożyczanie wystaw planszowych przygotowanych w BUW, udostępnianie cyfrowych wizerunków zbiorów do celów wystawowych i w publikacjach obcych, organizację wystaw własnych, w tym wydawanie katalogów i tworzenie oferty edukacyjnej towarzyszącej wystawom. Oddział stał się również odpowiedzialny za koordynację funkcjonowania powołanego do życia wiosną 2014 roku bloga Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (buvlog.uw.edu.pl), publikującego dwa razy w tygodniu treści przybliżające środowisku bibliotekarskiemu i czytelnikom zakres funkcjonowania BUW, jej zbiory, ale też wiele innych obszarów „universum Gutenberga” i nie tylko. W 2015 roku oddział zaproponował zmianę formuły

sprawozdań rocznych BUW i od tego czasu koordynuje ich wydawanie. Do zadań oddziału należą działania projakościowe: poza systematyczną ewaluacją realizowanych projektów dotyczących współpracy międzyinstytucjonalnej – głównie w zakresie wystaw i akcji społecznych – przeprowadza ankiety badające ocenę i przydatność oferty bibliotecznej, infrastruktury i zasobów BUW (Mikołajewicz, 2016, s. 12). W tym zakresie podejmuje też współpracę z innymi jednostkami, przykładowo w czerwcu 2017 roku przestrzeń BUW zaczął analizować zespół socjologów i psychologów Uniwersytetu Warszawskiego z wykorzystaniem metody POE (*post-occupancy evaluation*). Spodziewamy się, że metoda ta pozwoli uzupełnić i uaktualnić nasze badania i wykorzystać je do doskonalenia oferty i stawiania sobie nowych celów.

Przeniesieniu większości tych funkcji do OPW towarzyszyło sformułowanie konkretnej procedury określającej zasady współpracy między poszczególnymi oddziałami BUW podczas realizacji określonego typu zadań. Do najbardziej rozbudowanych procedur należy przygotowywanie materiałów bibliotecznych do użyczenia w charakterze eksponatów na wystawach zewnętrznych. Do BUW wpływa rocznie od 16 do 23 wniosków o użyczenie (dane za lata 2013–2016), dotyczących średnio rocznie ok. 50 obiektów, głównie z kolekcji historycznych i artystycznych. Obsługa tych wniosków, w szczególności tych z zagranicy, wiąże się z licznymi formalnościami oraz czasochłonną dokumentacją i korespondencją. OPW nie jest w stanie realizować samodzielnie wszystkich etapów procedury – począwszy od generalnej zasady, że decyzje o udostępnieniu obiektu i zasadach jego ekspozycji, uwzględniających bezpieczeństwo, wartość i kontekst merytoryczny, podejmowane są przez dyrekcję biblioteki w porozumieniu z kierownikami poszczególnych gabinetów czy oddziałów (OPW gromadzi tu dane niezbędne do podjęcia racjonalnej decyzji, np. raporty o warunkach ekspozycji w pomieszczeniach instytucji wnioskującej), po pisanie not katalogowych: w sytuacjach, w których umowa z instytucją wnioskującą je przewiduje, pozostają one w gestii kolegów i koleżanek związanych merytorycznie z danymi kolekcjami. Zgodnie z procedurą wykreślono z ich obowiązków żmudny proces negocjacji umów użyczenia, przygotowywania protokołów stanu zachowania i przekazywania obiektów oraz formalności prawnych i wywozowych w przypadku użyczeń zagranicznych (Kościelniak-Osiak, 2016, s. 125).

W kontekście godzenia obsługi bieżącej czytelników, pracy naukowej bibliotekarzy i ewentualnego zaangażowania się ich w dodatkowe działania warto wskazać wspierającą rolę oddziału w zakresie organizacyjnym. Komórki BUW planujące przeprowadzenie imprez prezentujących np. stan prac czy badań (typu warsztaty, konferencje, sesje naukowe, pokazy, wystawy, dyskusje itd.) zgłaszają temat do OPW na podstawie przygotowanego formularza, który po pierwsze staje się dla pomysłodawców katalogiem czynności niezbędnych,

by profesjonalnie przygotować takie przedsięwzięcia (zapotrzebowanie na sale, obsługę techniczną, system audio-wizualny, materiały promocyjne: afisze, programy, ulotki, informacja prasowa, informacja na stronę WWW, konieczność wprowadzenia zapisów bądź rejestracji dla uczestników itd.), a po drugie pozwala zapanować nad właściwą organizacją i koordynacją (zwłaszcza wykorzystania zasobów ludzkich i rzeczowych) w sytuacji wielu równoległych wydarzeń.

OPW nie tylko przejęło na siebie wiele zadań rozproszonych dotychczas w innych agendach biblioteki, ale też jest miejscem kreowania aktywnych działań promocyjnych i marketingowych. W odróżnieniu od powołanego również w 2013 roku Oddziału Projektów Celowych i Funduszy Zewnętrznych (OPC), który obsługuje składane przez bibliotekę wnioski o zewnętrzne dofinansowanie, OPW zajmuje się przede wszystkim pozyskiwaniem darczyńców rzeczowych i kooperantów wspierających realizację konkretnych przedsięwzięć typu konferencje, wydawnictwa, wyposażenie czytelni dla użytkowników z małymi dziećmi, nowe oferty dla użytkowników (czytniki, doposażenie stanowisk pracy), realizacja wystaw itd. Niektóre działania krzyżują się naturalnie z polami działalności OPC – w szczególności tam, gdzie w grę wchodzi sformalizowane procedury wnioskowania o środki. W zakresie promocji OPW stawia przede wszystkim na upowszechnianie wiedzy o zbiorach i ofercie usługowej biblioteki. Główne elementy strategii w tym zakresie to realizacja różnego rodzaju przedsięwzięć popularyzatorskich (publikacje, wystawy, warsztaty, konferencje, pokazy, lekcje), przede wszystkim jednak konsekwentny udział w cyklicznych formatach. Należą do nich i te o charakterze zewnętrznym – Noc Muzeów i Festiwal Nauki, i te, które są autorskimi formatami BUW: Tu BUWam. Tu czytam, Autorskie czwartki w BUW, Koncerty lipcowe w BUW, Artyści w bibliotece.

Niemal oddzielnym, szerokim zagadnieniem jest kwestia promocji kolekcji historycznych i artystycznych: raz ze względu na niezwykle potencjał takiego zasobu, dwa – stosunkowo wysokie koszty rzeczowe i osobowe działań promocyjnych realizowanych z udziałem cennych kolekcji (wystawy, pokazy), trzy – mnogość kwestii natury prawnej (zakresy pól eksploatacji dzieł objętych prawami autorskimi, konieczne umowy itd.)². Niezmiennie jednak pozostanie ona jednym z głównych pól aktywności OPW, co wynika ze wskazanych wcześniej konstatacji zawartych w misji i wizji Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie.

² Zagadnienia promocji kolekcji historycznych i artystycznych naszkicowałam w wystąpieniu *Aspekty promocji zbiorów historycznych i artystycznych w bibliotece naukowej – na przykładzie działalności Oddziału Promocji, Wystaw i Współpracy Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie* na II ogólnopolskiej konferencji naukowej, poświęconej tematyce zbiorów specjalnych w Szczecinie (1–2 grudnia 2016), zatytułowanej *Zbiory specjalne w bibliotekach polskich: w służbie nauki i edukacji*.

Realizacja wymienionych tu zaledwie hasłowo zadań Oddziału Promocji, Wystaw i Współpracy nie jest możliwa bez współdziałania z innymi agendami biblioteki. Sprawdza się w takiej sytuacji metoda powoływania doraźnych zespołów realizujących określone przedsięwzięcie, a składających się z pracowników chętnych do czasowego włączenia się w pracę lub skierowanych do takiego zespołu przez kierowników oddziałów bezpośrednio zainteresowanych realizacją konkretnego projektu. Przykładem takiego stałego zespołu jest grupa koleżanek i kolegów, która ukonstytuowała się podczas zakładania bloga biblioteki: zespół (7–8 osób) powierzył zadania redaktora naczelnego jednej konkretnej osobie, wszyscy jednakże zabiegają o teksty i poszukują ważnych i interesujących tematów do publikacji, przy czym duża ich liczba powstaje z inspiracji tego zespołu na biurkach pozostałych pracowników BUW. Takie zespoły, z reguły czasowe, są niezbędne ze względu na merytoryczną wartość oferty. Dzięki takiemu trybowi pracy BUW zrealizowała na przełomie 2016 i 2017 roku z okazji 200. jubileuszu Uniwersytetu Warszawskiego, który przeszedł płynnie w obchody 200-lecia samej Biblioteki Uniwersyteckiej, dużą wystawę prezentującą w niekonwencjonalny sposób różnorodność i bogactwo zbiorów biblioteki³. Oprócz wystawy zaproponowano niezwykle bogatą ofertę wydarzeń towarzyszących – 13 tematycznych pokazów, 7 wykładów, 18 lekcji dla blisko pół tysiąca uczniów ostatnich klas szkół podstawowych, gimnazjalnych i licealnych oraz zajęcia dla studentów.

Zmiany w strukturze bibliotek na przestrzeni lat 90. i początku XXI wieku odbywały się najczęściej z powodu wprowadzania różnego rodzaju innowacji technologicznych, względnie przy okazji zasiedlania nowych budynków (trend stały), stwarzających większy komfort przestrzenny i pozwalających np. na wprowadzenie wolnego dostępu do części zbiorów. Jak wynika z ankiety Danuty Szewczyk-Kłos (2006, s. 165–168), zmiany wprowadzane w pierwszej dekadzie tego wieku coraz częściej wynikały z dążenia do podniesienia poziomu usług i zaspokojenia potrzeb użytkowników. Stworzenie w strukturze Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie Oddziału Promocji, Wystaw i Współpracy oraz Oddziału Projektów Celowych i Funduszy Zewnętrznych to zmiany uwzględniające innowacje natury jakościowej – związane z poprawą jakości usług i komunikacji biblioteki z jej otoczeniem, ale będące również reakcją na trudności wewnętrzne, sytuację, w której postulat wszechstronności bibliotekarzy zaczął być dominowany przez uciążliwą wielofunkcyjność. Wprowadzenie przez OPW opisanych procedur usprawniło pracę nad wieloma zadaniami, zwłaszcza tymi związanymi z prezentacją osiągnięć naukowych biblioteki i kontaktami z innymi instytucjami kultury i nauki, jest to też element działań na rzecz poprawy komunikacji

³ 200 obiektów na 200 lat. *Nie tylko książki*. Wystawa z okazji 200-lecia Uniwersytetu Warszawskiego i Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie, 6 października 2016 – 23 lutego 2017, Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie.

wewnętrznej. Sytuacja bibliotek naukowych wymaga z pewnością zachowania umiejętnego balansu między działalnością „usługową” i badawczą, co jest tym trudniejsze, że zasadnie w obu tych dziedzinach oczekuje się profesjonalizmu i podejścia na najwyższym, nowoczesnym poziomie, stosującym efektywne i aktualne wdrożenia. Istotna w społeczeństwie wiedzy funkcja dialogu i mediacji potrzebuje jednak z pewnością w bibliotekach wsparcia strukturalnego w postaci agend profesjonalnie tę komunikację usprawniających.

Bibliografia

- Kościelniak-Osiak, A. (2016). Wybrane zagadnienia ochrony i bezpieczeństwa zbiorów Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie udostępnianych na wystawy zewnętrzne. W: R. Nowicki, J. Gomoliszek, K. Wodniak (red.), *Ochrona zbiorów bibliotecznych* (s. 125–136). Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Mikołajewicz, J. (2016). Strategia Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie na lata 2015–2018. W: *Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie oraz biblioteki wydziałowe Uniwersytetu Warszawskiego w roku 2015* (s. 12–13). Warszawa.
- Szewczyk-Kłos, D. (2006). Współczesne metody zarządzania a struktury organizacji pracy w bibliotekach akademickich. W: *Biblioteki XXI wieku. Czy przetrwamy? II Konferencja Biblioteki Politechniki Łódzkiej*. Pobrane z: <http://www.ebib.pl/publikacje/matkonf/biblio21/sesja3ref4.pdf> [dostęp: 26.07.2017].
- Wojciechowski, J. (2002). Biblioteka akademicka: możliwe zmiany organizacji. W: *Stan i potrzeby polskich bibliotek uczelnianych. Materiały z ogólnopolskiej konferencji naukowej* (s. 27–46). Poznań: Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu.
- Wojciechowski, J. (2005). Biblioteczna wartość naddana. *Przegląd Biblioteczny*, 73, 1, s. 17–29.

Agnieszka Kościelniak-Osiak

In search of a remedy for the multifunctionality of librarians: Promotion, Exhibitions and Cooperation Department of the University of Warsaw Library and its tasks as an institutional attempt to get out of the impasse

Abstract. Scientific libraries, wishing to implement research postulates and plans for individual scientific development of employees, are confronted with a number of new additional absorbing tasks, imposed and new concepts of library functioning, and the development of the concept of library services, and technological development. The libraries also face the problem of obtaining external funds and manage them in a time-consuming and bureaucratic process. Applying for external funds, they often expand the fields of activity – from those related to the popularization of knowledge to those characteristic for the broadly understood culture-creating function. The Promotion, Exhibition and Cooperation Department of the University of Warsaw Library (next to the Targeted Projects and Fund Raising Department) was appointed to at least partially take over the tasks resulting from these new challenges from the arms of overloaded librarians from other library departments.

Keywords: promotion, fundraising, sponsors, exhibitions.

Nadesłano 31 VIII 2017.

