

文章编号:1005-0523(2003)06-0098-05

高等院校图书馆的公共关系

童辰

(华东交通大学 图书馆,江西 南昌 330013)

摘要:在新世纪高等院校面临市场化与产业化的趋势面前,图书馆开展公共关系工作已显现出其必要性和紧迫性,文章从公共关系主体和客体两个方面,将公共关系的基本原理与高等院校图书馆的日常管理工作相结合,探索了高等院校图书馆公共关系工作的基本系统框架。

关键词:公共关系;高等院校;图书馆管理

中图分类号:G251.5

文献标识码:A

一提起公共关系,人们很自然地会把它与企业管理联系在一起。的确,公共关系学是现代工业社会中产生的新型管理科学,它的诞生与发展,和企业管理的发展历程息息相关,是当今世界科学技术整体化发展的必然产物。1903年,被誉为“公共关系之父”的美国新闻记者艾维·李所创办的世界上第一家公共关系事务所,是现代公共关系诞生的标志,其主要目的就是调处当时已剑拔弩张的劳资关系,为资本家改善企业环境、提高管理效率而出谋划策的,从而奠定了公共关系工作的基调。此后,公共关系与企业管理的联系越来越密切,二战后,哈佛大学工商管理学院正式将其列为必修课程。随着伯内斯、卡特里普、森特等学者对公共关系理论的不完善,公共关系由实践活动经验上升到理论,形成科学体系,以指导实践,从而使公共关系成为美国企业管理体系中一个不可或缺的有机组成部分,其重要性日渐突出。

然而,现代公共关系历经百年,其适用范围决不仅仅局限于象企业这样的盈利性社会组织。英国公共关系的拓荒者斯蒂芬·特伦茨,从艾维·李的经验中得到启示,首次将公共关系应用于非盈利性组织——英国政府。1926年,他在担任“帝国市场委员会”秘书长期间,通过传播手段向公众宣传英国首

相提倡的“卖英国货”的主张,以影响公民支持首相的经济政策。结果此举为当时的英内阁塑造了良好的政府形象,使其得到了英国公众的广泛认同。

因此,无论是企业,还是政府,不管它们是否承认,均时刻在与它们有着明显或潜在利益关系的公众进行着种种形式的交流。理论和实践都已证明,任何一个社会组织都或多或少地存在着公共关系方面的问题,都有必要通过开展一定的公共关系工作来解决这些问题。所以,除企业、政府之外,诸如学校、科研单位、医院及保健机构、艺术团体、社会福利机构、慈善机构、博物馆、图书馆及各类协会等这些不以盈利为根本工作目标的社会组织,在竞争环境中若想生存并有所发展,都必须对自身的人、财、物等资源进行合理配置和科学管理,使其产生理想的效益,以实现组织目标。而要做到这一点,塑造良好的组织形象,通过传播、沟通等方式密切联系与自身有根本利害关系的社会公众,从而争取公众支持,获得公众信誉,为自身营造良性的生存与发展环境,则成为每个社会组织,包括像高校图书馆这样的非盈利性组织必须解决的重大课题。

高等院校图书馆是为学校教学和科研服务的重要机构,与教研活动的关系极为密切,是现代高等院校的三大支柱(师资、设备与图书资料)之一,

收稿日期:2003-01-07

作者简介:童辰,男,1978年生,华东交通大学图书馆馆员。

是高等院校培养全面发展的创造型人才和开展课题研究工作的重要学术性机构和服务性组织。目前,随着知识与信息载体的多元化,特别是国际互联网技术的普及,高校师生获取信息的渠道日益增多,对图书馆的依赖程度逐渐降低;而许多图书馆办馆观念与模式的滞后,已令高等院校图书馆的生存与发展面临严峻的挑战,这是当前许多图书馆都感到十分棘手的一个问题。

高等院校图书馆的公共关系危机是客观存在、不容忽视的。长期以来,由于受计划经济的制约,图书馆历来由学校包养,上面给多少钱,下面就办多少事,从不主动去争取经费及服务对象,因此也就使得图书馆的工作以内部工作为主,既不认真开展图书馆评估活动,也不与外界发生任何联系,令图书馆一直处于封闭或半封闭状态。而当今社会已进入信息时代,信息的重要性为人所共知,作为信息系统的一部分,高等院校图书馆已演变成现代科技、文化、学术等各类社会信息的存储与传递中心。面对这种形势,高等院校图书馆若仍固步自封,其作用必然被诸如商业性信息咨询机构以及因特网等新型信息载体所代替,因此,高等院校图书馆通过公共关系工作来彻底扭转这一局面,从而更好地实现自身的工作目标,更好地完成其信息流通任务,更好地发挥其作用,已是势在必行,刻不容缓。

那么,如何利用公共关系原理,来改进高等院校图书馆的工作方式,提高其服务质量和工作效率呢?

根据公共关系的基本理论,公共关系一般由组织、传播和公众三大要素构成,具体运用到高等院校图书馆领域,我们可将其要素归结为:公共关系主体——高等院校图书馆;客体——读者(学校师生员工及部分校外读者);传播中介——主客体之间的联系渠道。依照这一要素系统理论,笔者将高等院校图书馆的公共关系工作勾勒一个大致的系统轮廓。

1 重塑并保持图书馆在读者公众心目中的良好形象,是高等院校图书馆公共关系工作的核心环节

随着新的技术革命,尤其是信息化社会的到来,社会组织重心由有形资产向无形资产转移,包括信誉和形象在内的无形资产与有形资产相比,具有同等的甚至更重要的作用。因为它对内可以培养员工的集体意识和凝聚力,对外可以增强组织的

竞争力和信誉力,换言之,它是组织的内部、外部公众对本组织的总体评价和信赖程度的体现,是组织全面公共关系状态的综合反映。因此,建立并自觉维护本组织良好的信誉和形象,应当是组织公共关系的重中之重,是社会组织的立身之本。

高等院校图书馆作为学校的一个有机组成部分,作为学校的三大支柱之一,已经成为高校间相互竞争的一个重要砝码。图书馆的形象,从侧面也反映了所在高校的社会形象。图书馆的形象策略,在如今教育产业化趋势进一步加快,各高校之间的竞争日趋激烈的社会背景下显得尤为重要。因此,通过与全校师生员工建立、维持和发展融洽、和谐的关系,树立良好的图书馆形象,为图书馆的生存与发展创造有利的环境,既可以激活图书馆的内部管理机制,提高员工的荣誉感和自豪感,增强凝聚力和创造力;又能获得读者公众的信赖与好评,赢得他们对高等院校图书馆事业的认同和支持。

高等院校图书馆的形象塑造,当然与企业形象塑造不完全相同,但是,“塑造一种有利于组织发展的形象”,并把它作为终极目标,这一点却是各类型社会组织所共有的。“有效性”是良好公共关系的核心。“有效形象”的塑造,既能满足公众要求,又能促进组织发展,而且也符合组织管理的基本原则。因此,图书馆应围绕这一点做好文章,保证图书馆各系统的正常高效运作。

首先,教育和引导图书馆全体员工树立“形象高于一切”的观念,培养他们“群体公关”的意识。从公共关系学的角度看,图书馆最重要的内部公众是图书馆员工,他们是图书馆的组成细胞,与图书馆的目标和利益关系最为密切;同时,他们又处在图书馆的前沿阵地,为全体读者服务的一线岗位,是图书馆(公关主体)与读者(公关客体)进行直接接触的“触角”。他们的自身形象,很大程度上代表了图书馆的整体形象,许多具体的公共关系实务活动操作,均由他们去实施和完成。因此,做好内部员工的工作,做到“内求团结”,就显得十分重要,它可以使上下左右关系融洽,从而形成全馆整体的全方位公关,如此,才能建立起与读者公众之间的信赖关系,“外求发展”的公共关系目标才有可能实现。

其次,图书馆管理决策人员要树立长期性观念。组织形象的建立、完善和保持,是一项战略性工作,需要长期艰苦的努力,有计划、有目标、有步骤地开展。“罗马不是一天建造出来的”,良好的组织形象也并非可以一蹴而就。公众对组织形象的认

识,是一个持续的过程,是一个不断由浅入深、由表及里、由偏到全的深化过程,具有明显的阶段性;同时,任何组织均存在于一个动态的相关环境之中,组织环境的各构成因素也在不断地发生着变化。高等院校图书馆面对一个动态的、不断变化的教学科研环境,应随时准备应对各种机遇与威胁。此外,稳定读者,吸引读者,诱导读者,也是图书馆须制度化、经常化的重要工作内容。所以,公共关系不应浅尝辄止,而应持之以恒。

运用公共关系来塑造图书馆的形象,使图书馆通过各种信息传播手段,与读者进行沟通,要求读者对图书馆的认识和评价在客观的基础上,与图书馆的目标与行为趋于一致。但金无足赤,人无完人,图书馆在其运行过程中,难免会有因工作疏忽、自身过失、或决策失误而与读者发生矛盾或纠纷,因而导致读者对图书馆产生信任危机,使图书馆陷入一个充满敌意与冷漠的舆论环境之中。所以,图书馆在建立和保持自身形象的同时,还应加强对危机事件的预防和控制,通过公共关系中的形象矫正艺术,使由危机造成的形象损失降低到最低限度,并运用公共关系最通俗的做法,即 PR(公共关系)=DO WELL(做得好)+TELL THEM(告诉人们),将图书馆有错必纠、知过即改的信息及时告知读者公众,争取谅解和同情,澄清读者认识,重塑图书馆的良好形象。

2 重视图书馆的公共关系客体——公众,做好员工工作和读者工作是高等院校图书馆公共关系工作的重要环节

公众利益是现代公共关系活动的出发点和归宿点,从根本来说,不重视公众利益,也就无法维护组织利益。组织的生存与发展,在现代社会分工越来越精细的知识经济时代,必须依赖其所存在的公众环境。因此,强调组织与公众的平等互利,显示组织对公众的关心与负责,一切从公众利益出发,以满足公众利益为宗旨,已成为现代公共关系的基本原则。图书馆的主要目标公众是内部的员工和外部的读者,做好这两方面的工作,对图书馆正常公共关系的开展,具有特别重要的意义。

首先,图书馆领导必须搞好与本馆员工之间的公共关系。成功的图书馆内部公共关系,是高等院校图书馆一切公共关系工作的起点,它能使员工对图书馆产生认同感和归属感,和谐融洽的图书馆内部公共关系,能使员工处在轻松愉快的工作环境之

中,因而当他们与外部公众,即图书馆的读者进行接触时,便会牢记自身的形象,恪守自己的职责,自觉维护图书馆的声誉,向读者提供优质高效的服务,给读者留下美好温馨的回忆。

内部员工公共关系的准则,就是承认并尊重图书馆员工的个人价值,这是成功组织所应具备的七大基本要素(管理学中称之为7S,即STRUCTURE:结构;STRATEGY:战略;SYSTEM:系统;STUFF:班子;STYLE:作风;SKILLS:技能;SHARED-VALUE:员工价值)中的核心要素。美国管理心理学大师马斯洛,在二十世纪六十年代提出了著名的“需要层次”理论,认为人在社会生活中有生理、安全、社交、尊重、自我实现等不同层次的需要,组织领导应认识并满足人们各种不同层次的需要,才能调动其内在动力和创造潜能。以此理论为基础的人性管理理论——Y理论,注意到了组织内部员工作为“经济人”和“社会人”两个方面的特点,重视人的因素、人的创造力和人的心理需求,因而为公共关系理论所继承并吸收。按照内部公关的准则,图书馆与本馆员工不是雇佣关系,而是工作上分工不同,人格上一律平等,因此,图书馆领导必须尊重图书馆员工的人格,肯定他们为本馆所作的贡献,倾听他们的建议和呼声,关注他们的工作与生活环境,让他们分享信息并参与决策,增强他们对图书馆行为的认知,使他们的个人行为与图书馆的工作目标始终保持一致。惟其如此,才能营造一个良好的图书馆内部人事环境,为图书馆做好面对读者的外部公共关系工作打下良好而坚实的人缘基础。

其次,明确读者公众是高等院校图书馆外部公众中最为重要的公众这一观念。图书馆与读者之间的关系绝非直接的商贸买卖关系,而应是一种良好的信息交流与互动关系。图书馆开展外部公共关系,协调好读者关系的目的,就在于促使读者形成对图书馆及其服务的良好印象及评价,提高图书馆在学校的认知度与美誉度,从而争取与吸引读者,稳定图书馆的读者队伍。

确立“读者第一”的公共关系原则,是做好读者工作的基础。这一原则的深刻含义在于,它并不意味着读者在事实上的绝对正确,而是意味着读者得到了尊重,他们的权益受到了真正的保护;它是改善图书馆服务态度,提高图书馆服务效率,建立良好读者关系的有效方法。只有确立“读者第一”的观念,图书馆才能赢得读者的信赖与亲近,才能最大限度地满足读者的愿望和需要,才能使图书馆的一

切政策和行为都以读者的利益和需求为导向,保证图书馆预期目标的顺利实现,从而建立起长期而稳定的读者关系。

如何和谐地与读者相处,具体做法虽不尽相同,但其宗旨不外“服务”二字。公共关系工作的思路,正是通过向读者提供满意的服务来换取图书馆的效益。对图书馆而言,读者是外部各类公众中利益关系最直接的工作对象,树立“让读者在此能得到满意的服务”这一观念,是图书馆在信息社会的竞争环境中求生存求发展的必然要求。因此,在全国高等院校全面扩招、在校读者的数量不断扩大、网络时代数字图书馆的发展趋势日益加快、馆际互借与信息资源共享的范围和深度普遍提速的新世纪里,良好的读者公共关系,对于高等院校图书馆的生存与发展具有越来越重要的影响。

在建立读者公共关系的过程中,有三类问题必须加以提醒。一是认真对待读者投诉,妥善处理各种纠纷,在与读者发生矛盾的情况下,作为公共关系主体的图书馆,应注意保持读者正当权利与图书馆合法权益的一致性,善于发现并突出渲染双方利益相关的“热点”,力争化干戈为玉帛;二是注重读者的教育与引导,及时向读者宣传馆情和藏书建设状况,帮助读者了解图书馆,强化读者对图书馆的重视与依靠,培养读者爱书读书的良好心态,引导读者在利用图书馆的同时,运用人际传播手段营造有利于图书馆的舆论环境,争取更多的潜在读者公众;三是发挥图书馆组织的控制职能,及时制止由于图书馆本身行为的失误疏忽而导致读者不满的情况发生,利用思想政治工作、纪律约束、道德规范、舆论监督等多种手段对图书馆员工的行为进行科学的导向与控制,防止短期行为,倡导“行得春风有夏雨”的远见卓识。

3 密切图书馆与其他外部公众的关系,是高校图书馆公共关系工作的有效途径

与高校图书馆发生密切关系的公众,除内部员工和读者之外,还有新闻传媒、机关企业乃至国际公众等等,因此,图书馆除应做好内部员工、外部读者之间的公共关系工作之外,还应当充分重视与图书馆密切相关的其他公众关系,这些公众关系也是图书馆的公共关系工作系统中不可或缺的组成部分。

作用的新闻传播机构和新闻界人士。媒介公共关系是公共关系工作中最敏感、最特殊的部分。媒介既是图书馆的服务对象,又是图书馆与读者相互沟通的有效渠道之一,具有对象及中介双重身份。在现代信息社会中,他们具有巨大的舆论影响力,是引导民意制造舆论的主要力量。图书馆想要维护自身在广大读者公众及其他公众中的美好形象,就必须与媒介公众,尤其是校内媒体建立融洽的合作关系,依靠他们的力量来实现大范围、远距离的公共关系传播,建立更广泛的公共关系网络,根据媒介的信息传送与反馈资料去影响读者心理,修正自身形象,防止不利于图书馆的舆论出现。

机关公众,是指高等院校的各级行政机关及其工作人员。任何一所高等院校图书馆,作为学校的一个行政单元,都必须服从学校的统一管理,因此,搞好行政机关公共关系也是图书馆必须做好的日常公共关系工作内容之一。要保持与学校各行政部门如计划、物资、人事、劳资、财务、保卫等等之间的密切联系,了解和研究学校的各项政策制度及其变更,为图书馆的决策提供充分翔实的信息依据;熟悉各行政职能部门的内部层次、工作范围和办公程序,提高图书馆的办事效率;主动向学校各部门通报馆情,沟通信息,以求得学校的指导与帮助。此外,每逢图书馆的重要事件,如庆典、表彰、周年纪念、新技术推广、所属实体开业、新馆舍落成等机会,都应及时主动邀请学校主管负责人参加,同时利用媒介制造校园舆论来营造和谐融洽的行政部门公共关系。

院系公众,是指图书馆所在的校属各院系,以及它们所拥有的一批学界名流。可以说,校属各院系是图书馆公共关系的重点对象,正是它们拥有图书馆赖以生存发展的庞大读者群。目前,高等院校各院系均拥有自己的资料室,较大的院系甚至还拥有自己独立的小型专业图书馆,如何与它们协调好关系,将它们所拥有的信息资源为我所用,纳入校内统一的文献信息资源网络,争取更多读者的支持和参与,是高等院校图书馆必须完成的一个现实任务。与此同时,搞好与校内学界名流之间的关系,既可以充分利用其专长,为图书馆管理提供有益的意见咨询,又可以借助其声望提高图书馆的美誉度,通过他们去影响读者与校内舆论,尤其是引导师生对图书馆的信赖,往往具有事半功倍的效果。因而,与院系和学者之间相处融洽,能增进图书馆的公共关系工作效率。

企业公众,是指图书馆所在高校的附属企业与校外的一些相关企业.众所周知,目前高等院校的发展趋势是学研产相结合.高等院校的实力,不仅反映在教学水平与科研水平的提高,而且还表现在能否将学校的教学与科研优势转化为生产力,并产生实实在在的效益.因此,为校办企业以及校外的相关企业提供最新的科技情报与市场信息,也就成为高等院校图书馆在新时期的主要任务之一.图书馆应针对这一特殊公众,将自身的情报资源优势与企业公关部门所掌握的相关信息科学配置,建立科技及市场信息共享渠道,主动为校内外企业提供便捷而快速的信息服务,以作为企业决策的有效依据;此外,高等院校图书馆还应在有关企业面前,扮演公共关系咨询公司的角色,面对企业在经营过程中出现的各种危机,及时策划相应的公共关系方案,利用自身的文献资源优势,为他们出谋划策,矫正形象;同时,在企业文化建设、品牌设计、CIS 战略、市场调查、法律咨询等公共关系诸方面工作环节中,与企业开展有益的定题情报咨询业务.

国际公众,是指与高等院校图书馆来往密切的校内外籍专家及留学生.我国加入 WTO 后,高等教

育领域的国际合作将愈加频繁,图书馆在与外籍人士进行信息服务及学术交流过程中,都需要开展国际公共关系活动,其目的在于争取国际公众及舆论的了解、认可和支持,为本馆的服务、人员及学术水平塑造良好的国际形象和声誉.在开拓这一特殊的公共关系领域时,应认真研究并尊重对象国的社会政治、语言习惯、生活方式及价值观念,切忌触犯他们的利益与风俗、宗教方面的禁忌,努力做好这一跨文化的沟通与传播工作.

总而言之,高等院校图书馆引进公共关系理论,用于对图书馆进行更科学、更先进的日常管理,是历史发展的趋势,也是现代化高等院校的现实要求.未来的数字化图书馆,对技术、设备、人员的要求将更高,因此,运用更为人性化的方法来提升图书馆的管理层次,也就势在必行了.

参考文献:

- [1] 熊源伟.公共关系案例[M].合肥:安徽人民出版社,1993.
- [2] 居延安,冯志坚.公共关系实用大全[M].上海:上海文艺出版社,1990.

Public Relation of the Library in University

TONG Chen

(Library of the East China Jiaotong Univ., Nanchang, 330013, China)

Abstract: In the presence of the tendency of the universities' market and property changing in the new century, it is more necessary and urgent for the library to carry out the work of the public relation. The article combines the basic principle of the public relation with the daily managerial work of the library in university from subjects and objects of the public relation, and tries to find out the tentative system's structure of the public relation of the library in university.

Key words: public relation; university; library management