

Fokus på forskningsbibliotekerne

Af René Steffensen og Pernille Drost

Halvejs gennem DF og Bibliotekarforbundets projekt om at gøre fælles sag og synliggøre forskningsbibliotekerne i medier, overfor beslutningstagere og kommende medarbejdere er erfaringer gjort. Det er historien om, at markedsføring af forskningsbibliotekerne er mulig, at den koster – især i tid og så er det måske også historien om, hvordan Jyllandspostens lederskribent skal tage sig lidt bedre tid næste gang.

René Steffensen
CBS Bibliotek
rs.lib@cbs.dk

Pernille Drost
Bibliotekarforbundet
PD@bf.dk



Da DF og BF i 2004 lidt tørt måtte konstatere, at forskningsbibliotekerne igen havde været igennem nogle hårde år med økonomiske udfordringer, besluttede hovedbestyrelserne at skabe løbende og positiv fokus på sektoren. Der blev derfor nedsat en arbejdsgruppe, som skulle se nærmere på mulighederne for at arbejde seriøst med at synliggøre forskningsbibliotekerne.

Medlemmerne af arbejdsgruppen var naturligt nok biblioteksprofessionelle. De var alle villige til at yde en indsats i et projekt, som det fra starten var erkendt ville blive svært – bl.a. fordi der ikke var lagt op til at etablere et egentligt reklamebudget eller tilknytte eksperter.

Den manglende erfaring betød, at projektgruppen fik en svær start og måtte afprøve forskellige tanker og ideer, inden et egentligt program og handlingsplan blev besluttet. Så efter at have været højtflyvende i tanker og ideer, blev det pragmatisk handling som kendetegnede det idékatalog, der blev præsenteret og godkendt af DF og BF ved årsskiftet 2004/2005.

Handlingsplanen, som udspringer af idékataloget, opstiller 3 delprojekter. Af dem handler det første om at følge medierne og etablere kontakt til de mest interesserede journalister for at fodre dem med forskningsbiblioteks-

vinkler på aktuelle emner eller måske en gratis invitation til relevante arrangementer.

Det andet projekt har arbejdet med at identificere ca. 800 eksterne og interne beslutningstagere, f.eks. universitetsbestyrelser, relevante folketingsmedlemmer og beslutningstagere, som via direct mail (af den frankerede slags) bliver orienteret om aktuelle emner. Brevens primære opgave var at skabe positiv opmærksomhed om forskningsbibliotekerne, sekundært at påvirke beslutningstagerne i konkrete sager.

Det sidste projekt har koncentreret sig om at gøre forskningsbibliotekerne til en attraktiv arbejdsplads for kommende medarbejdere og dette er sket ved at gøre en ekstra indsats i forbindelse med Danmarks Biblioteksskoles erhvervsdag 2006, ved at gennemføre en stor idékonkurrence for DB-studerende, samt ved at tilbyde fripladser til studerende ved DF og BFs arrangementer.

Spaltepladsen er ikke til at beskrive alle indsatser eller resultater. Men et eksempel på at der er en nytteværdi, vidner følgende historie om. Da *"Viden er guld værd – alt for meget guld"* blev trykt i Politiken den 23. oktober 2005, besluttede arbejdsgruppen at kontakte 8 navngivne journalister via mail på forskellige landsdækkende dagblade for at gøre dem opmærksom på historien. En historie om at universiteternes forskning foræres væk til for-

lagene, hvorefter forskningsbibliotekerne skal købe det tilbage igen i dyre domme. 2 journalister viste interesse, men kun én avis valgte at skrive historien, Jyllandsposten i sektionen, JP København den 10. december 2005: *"Forskning foræres væk"*. Nyheden blev sakset af DR Tekst-TV, TV2 Tekst-TV og DR Nyheder / Indland (www.dr.dk). JP Københavns artikel blev endvidere bragt i en lidt kortere version i Fyens Stiftstidende under titlen *"Forskningsresultater foræres væk"* (11.12.05) og 2 dage senere bragte Jyllandsposten en leder om sagen *"Uholdbart monopol"* (13.12.05).

Efter at have set historien i JP København skrev et redaktionsmedlem på CBS' universitetsavis en længere feature med 3 artikler om problemstillingen den 1. marts 2006. Historien blev her fanget op af TV2 Nyhederne, Magisterbladet og Civiløkonomen som alle tog kontakt, men kun Magisterbladet fulgte op med en artikel den 17. marts 2006 *"Unødvendigt at forære forskningsretten væk"*. Herefter døde interessen for historien øjensynligt ud.

Forløbet viser, at det er muligt at få en forskningsbibliotekshistorie med en interessant vinkling ud i medierne. At historien får sit eget liv og turnerer rundt i mediebilledet, men også at arbejdet, som er involveret i et sådant projekt, er ganske stort og at det formentlig ikke på lang sigt kan baseres på frivillig

Forløbet viser, at det er muligt at få en forskningsbibliotekshistorie med en interessant vinkling ud i medierne.



arbejdskraft. Ingen af journalisterne havde tid til at sætte sig grundigt ind i historien, hvilket medførte et stort arbejde for arbejdsgruppen i form af briefinger, fremskafning af fakta om sagen o.l. Alligevel blev dele af historien fejlbehæftet pga. korte deadlines med manglende mulighed for at rette fejl. Læser man f.eks. Jyllandspostens misforståede leder om emnet, som stadig findes på nettet, finder man hurtigt ud af, at selv lederskribenter ikke gør deres arbejde grundigt nok.

Arbejdsgruppen arbejder nu videre med delprojekterne frem til 2007, hvorefter en endelig rapport skal give DF og BF et beslutningsgrundlag til at afgøre, om projektet skal fortsætte, raffineres eller måske nedlægges. Man kunne håbe, at arbejdet viser sig at have været så meningsfuldt og nødvendigt, at det fører til at DF finder anledning til at varetage en egentlig medie- og lobbyfunktion for forskningsbibliotekerne. BF og DFs klare hensigter

med at være eksistensberettigede interesseorganisationer gør en sådan tanke relevant at overveje, men som alle kan gætte, ikke enhver drøm opfyldes sådan lige med ét og i hvert fald sjældent uden hårdt arbejde.

DF og BF's "Fokus på forskningsbibliotekerne" har oktober 2006 udgivet midtvejsrapport. Den kan downloades fra DFs hjemmeside: www.dfd.dk.

**René Steffensen er medlem af DFs bestyrelse
Pernille Drost er formand for BF**

Man kunne håbe, at arbejdet viser sig at have været så meningsfuldt og nødvendigt, at det fører til at DF finder anledning til at varetage en egentlig medie- og lobby-funktion for forskningsbibliotekerne.

HANDLINGSPLAN for at synliggøre forskningsbibliotekerne i medierne

1 At følge medierne og etablere kontakt til de mest interesserede journalister for at fodre dem med forskningsbiblioteks-vinkler på aktuelle emner.

2 At identificere ca. 800 eksterne og interne beslutningstagere, f.eks. universitetsbestyrelser, relevante folketingsmedlemmer og beslutningstagere, som via direct mail (af den frankerede slags) bliver orienteret om aktuelle emner.

3 At gøre forskningsbibliotekerne til en attraktiv arbejdsplads for kommende medarbejdere.