

Rīgas Stradiņa universitāte
Komunikācijas fakultāte
Stratēģiskās un sabiedrisko attiecību vadības studiju programma

MAĢISTRA DARBS

**Bibliotēku identitātes un to tēli sabiedrībā.
Latvijas publisko bibliotēku, Latvijas Nacionālās bibliotēkas,
Somijas Nacionālās bibliotēkas, Igaunijas Nacionālās
bibliotēkas gadījumu izpēte**

Darba autors:

Augusts Zilberts

Studenta apliecības nr.: 13-018592

/paraksts/

2015. gada 18. maijā

Darba vadītāja:

Ruta Siliņa

(*Mg.sc.soc.*, lektore)

RSU Komunikācijas studiju katedra

/paraksts/

2015. gada 18. maijā

Rīga, 2015

ANOTĀCIJA

Maģistra darbā „Bibliotēku identitātes un to tēli sabiedrībā. Latvijas publisko bibliotēku, Latvijas Nacionālās bibliotēkas, Somijas Nacionālās bibliotēkas, Igaunijas Nacionālās bibliotēkas gadījumu izpēte” aplūkotas, kādas ir mūsdienu bibliotēku identitātes jeb paštēli, un kādi ir to publiskie tēli, vienlaikus vērtējot, vai bibliotēku tēli saskan ar to identitātēm.

Darba teorētiskajā daļā izklāstītas organizācijas un korporatīvās identitātes (*Albert, Cornelissen, Hatch, Hofstede, Moingeon, Olins, Rozenvalds, Schultz, Zobena, Whetten*) un tēla (*Boorstin, Buss, Corley, Gioia, Manghani, Merten, Price*) teorētiskās pamatnostādnes, integrējot tekstā piemērus, kas saistīti ar bibliotēku jomu. Vienlaikus aprakstītas arī organizācijas identitātes un tēla savstarpējās attiecības, atsevišķa nodaļa veltīta bibliotēku identitāšu apskatam.

Pētījums veikts, izmantojot šādas pētniecības metodes: dokumentu analīze, daļēji strukturētā intervija, aptauja, semantiskais diferenciālis.

Maģistra darba pētījuma rezultāti uzrāda, ka bibliotēkām kopumā, un konkrēti – Latvijas publiskajām bibliotēkām, Latvijas Nacionālajai bibliotēkai, Somijas Nacionālajai bibliotēkai, Igaunijas Nacionālajai bibliotēkai – piemīt multiplas identitātes. Katra institūcija iemieso būtības kodolu, kā arī laikmeta diktētus un sabiedrības izziņas vajadzības apmierinošus tā papildinājumus. Arī bibliotēku tēli, atkarībā no publikām un veidiem, kādos sabiedrība saskaras ar institūcijām, atklājas daudzveidīgi. Latvijas bibliotēku identitāšu definējumus, kas visspilgtāk atspoguļojas tēlā, nosaka šo organizāciju iekšējās publikas, bet pakārtota loma ir saistītajiem avotiem. Visām pētītajām bibliotēkām piemīt krājuma veidošanas, sociālās līdzdalības un integrācijas, izglītošanas, kulturālās bagātināšanas un sadarbības veicināšanas bāzes identitāte. Savukārt bibliotēku tēli (vairāk nekā 11) primāri ir balstīti institūciju pamatfunkcijās un projicētajā tēlā.

Nākotnes perspektīvā Latvijas Republikas bibliotēku kultūrpolitikas veidotājiem un direktoriem bibliotēku darbības mērķu, uzdevumu, misiju, vērtību, izpaušmju nostādņēs jāintegrē institūciju darbinieku secinājumi, viedokļi. Tikmēr, lai izvairītos no stereotipiskiem un vienkāršotiem tēlu definējumiem, bibliotēkām plašāk, izmantojot sabiedrisko attiecību instrumentus, jāmanifestē savu identitāšu iespējamā dažādība.

Darba apjoms: 96 lpp.; pamattekstā iekļauta 1 tabula un 1 attēls; darbam ir 15 pielikumi.

Atslēgvārdi: identitāte, tēls, Latvijas publiskās bibliotēkas, Latvijas Nacionālā bibliotēka, Somijas Nacionālā bibliotēka, Igaunijas Nacionālā bibliotēka.

ANNOTATION

The master's thesis "Identities and Images of Libraries in Society. A Case Study of Public Libraries of Latvia, National Library of Latvia, National Library of Finland, National Library of Estonia" discusses, what are the identities or self-images of contemporary libraries, and what are their public images assessing whether the images of libraries interact with identities.

The theoretical part outlines the fundamentals of organization and corporate identity (*Albert, Cornelissen, Hatch, Hofstede, Moingeon, Olins, Rozenvalds, Schultz, Zobena, Whetten*) as well as those of image (*Boorstin, Buss, Corley, Gioia, Manghani, Merten, Price*), integrating examples of the library field in the text. At the same time, also the relationship of the organization's identity and image has been described. A separate chapter is devoted to a review of library identities.

The research was conducted using the following methods: document analysis, semi-structured interview, questionnaire, semantic differential.

The results of the thesis show that libraries in general and Public Libraries of Latvia, National Library of Latvia, National Library of Finland, National Library of Estonia have multiple identities. Each institution embodies the core identity, as well as its additions, dictated by the era and public inquiry. Also, the images of libraries, depending on audiences and the ways in which society faces these institutions, reveals in a multiple manner. The identity definitions of libraries in Latvia, which are the most vividly reflected in the image, are determined by the organization's internal public, but subordinate role is related to other sources. All researched libraries have the core identity of collection development, social participation and integration, education, cultural enrichment and cooperation promotion. In turn, the library images (more than 11) are primarily based in the basic functions of the institutions and the projected image.

Looking in the future perspective, the cultural policy makers of the Republic of Latvia and library directors should complement the library goals, objectives, missions, values with the conclusions and opinions of employees. Meanwhile, in order to avoid stereotypical and simplistic definitions of image, libraries should manifest the possible diversity of their identities, by using Public Relations tools.

The thesis consists of: 96 pages; the main text includes 1 chart and 1 image; the thesis has 15 attachments.

Keywords: identity, image, Public Libraries of Latvia, National Library of Latvia, National Library of Finland, National Library of Estonia.

SATURA RĀDĪTĀJS

ANOTĀCIJA

ANNOTATION

IEVADS	6
1. IDENTITĀTE UN ORGANIZĀCIJA	10
1.1. Identitātes jēdziena izpratne.....	11
1.2. Organizācijas identitāte.....	15
1.2. Korporatīvā identitāte	19
1.3. Bibliotēku identitāte.....	23
2. ORGANIZĀCIJAS TĒLS	26
2.1. Tēla definīcijas.....	26
2.2. Tēlu klasifikācija.....	31
2.3. Klausa Mertena tēla teorija	34
2.4. Organizācijas identitātes un tēla attiecības	36
3. PĒTĪJUMA METODES UN IZLASE	40
3.1. Dokumentu analīze	40
3.2. Daļēji strukturētā intervija	42
3.3. Aptauja.....	44
3.4. Semantiskais diferenciālis.....	46
4. BIBLIOTĒKU IDENTITĀTES UN TĒLI.....	49
4.1. Latvijas publiskās bibliotēkas	50
4.1.1. Dokumentos fiksētā Latvijas publisko bibliotēku identitāte	50
4.1.2. Darbinieku sniegtais Latvijas publisko bibliotēku identitātes vērtējums.....	53
4.2. Latvijas Nacionālā bibliotēka	56
4.2.1. Dokumentos fiksētā Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitāte.....	57
4.2.2. Darbinieku sniegtais Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitātes vērtējums	60
4.3. Bibliotēku identitātes Andra Vilka vērtējumā	64

4.4. Somijas Nacionālā bibliotēka	67
4.5. Igaunijas Nacionālā bibliotēka.....	68
4.6. Bibliotēku identitātes Kaja Ekholma un Raivo Rūsalepa vērtējumā.....	68
4.7. Latvijas un ārzemju bibliotēku identitāšu salīdzinājums.....	72
4.8. Latvijas bibliotēku tēli	76
4.9. Bibliotēku identitāšu un tēlu attiecības.....	79
SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.....	83
SAĪSINĀJUMU UN SPECIĀLO TERMINU SARAKSTS.....	89
IZMANTOTO INFORMATĪVO AVOTU SARAKSTS	91
PIELIKUMI	98
1. pielikums. Organizācijas tēlu veidošanās shēma	
2. pielikums. Klausā Mertena tēla teorijas vizuālie paskaidrojumi	
3. pielikums. Aptaujas anketa par LPB identitāti	
4. pielikums. Aptaujas anketa par LNB identitāti	
5. pielikums. LPB un LNB identitāšu apzīmējumi	
6. pielikums. LPB sešu identitātes dimensiju tabula	
7. pielikums. LNB sešu identitātes dimensiju tabula	
8. pielikums. Daļēji strukturētā intervija ar LNB direktoru	
9. pielikums. Daļēji strukturētā intervija ar SNB direktoru	
10. pielikums. Daļēji strukturētā intervija ar INB direktoru	
11. pielikums. LPB un LNB identitāšu salīdzinājums	
12. pielikums. Aptaujas anketa par Latvijas bibliotēku tēlu	
13. pielikums. Sabiedrības piešķirtie tēli Latvijas bibliotēkām	
14. pielikums. Semantiskā diferenciāļa skala	
15. pielikums. Priekšstatus par Latvijas bibliotēkām izplatošie kanāli	

IEVADS

Jau aptuveni kopš 14. gs. pasaules publiskās bibliotēkas ir tautu un nāciju apjomīgākās zināšanu krātuves, kur, aptverot daudzveidīgus tematus un disciplīnas, glabājas dažādos veidos fiksēti izdevumi – pagātnes un mūsdienu notikumu, sasniegumu, faktu un radošuma liecības. Kaut arī gadsimtu gaitā valstis, sabiedrības un to veidotas institūcijas ģeopolitikas un globalizācijas aspektu dēļ ir piedzīvojušas pārmaiņas, bibliotēku nozīmība un to pamatuzdevumi ir palikuši praktiski nemainīgi. Tiesa, vērtējot konkrētus piemērus (Latvijas publiskās bibliotēkas (LPB), Latvijas Nacionālo bibliotēku (LNB), Somijas Nacionālo bibliotēku (SNB), Igaunijas Nacionālo bibliotēku (SNB)), būvniecības un tehnoloģiju attīstības rezultātā uz būtības pilnveidi vērsta transformācijas piedzīvojuši bibliotēku infrastruktūru „formāti”, kā arī pakalpojumu un funkciju daudzveidība. Iepriekšminēto apliecina gan praktiski novērojumi, gan Starptautiskās bibliotēku asociāciju un institūciju federācijas jeb IFLA konferenču un publikāciju saturs, gan regulāri nozares profesionālo žurnālu pētījumi.

Konkrēto pārmaiņu dēļ veids, kā sabiedrība uztver bibliotēkas, piedzīvo deformāciju. Proti, savstarpēji disonējoša problēma fiksējama brīdī, kad aplūkojam indivīdu stereotipisko izpratni par bibliotēkām, to tēliem gadu gaitā iesakņotā, tradicionālā aspektā („vecas ēkas ar noputējušām grāmatām”) un šo institūciju mūsdienu pašpozicionējumu (daudzfunkcionāli izziņas centri ar integrētiem bibliotekārajiem procesiem).

Saskaņā ar iepriekšminēto augstu aktualitātes līmeni šim tematam piešķir LNB jaunās ēkas – Gaismas pils – atklāšana. Tā kā jaunās celtnes iespaidā palielinās organizācijas lietotāju grupu dažādība, kas savukārt vairo institūcijas tēla variācijas un uztveres leņķus, sākas pakāpeniska indivīdu priekšstatu un attieksmju pret bibliotēku kā institūciju maiņa.

Kaut arī bibliotēku identitāšu pilnveidojumi ir bibliotēkzinātnes diskusiju temats, pētījumu skaits par bibliotēku identitāšu un tēlu attiecībām, īpaši starpdisciplinārā rakursā, Latvijas kontekstā ir salīdzinoši neliels. Līdz ar to šo konceptu analīze var sniegt vērtīgu informāciju par to, vai un kā LPB un LNB izjūt jaunās attieksmes (kas vēl mijas ar tradicionālajām) un ko tās ietekmē, un kādas ir mūsdienu sabiedrības asociācijas ar bibliotēkām. Pētījums iegūst dziļāku dimensiju, skatot šo jautājumu arī starptautiski, divās progresīvās Eiropas „paraugbibliotēkās” – SNB un INB. LPB kā pētniecības objekta izvēle pamatojama ar faktu, ka šīs ir izplatītākās un pieejamākās bibliotēkas Latvijā, līdz ar to sniedz daudzveidīgus datus. Savukārt LNB ir Latvijas lielākā un „galvenā” bibliotēka.

Maģistra darba „Bibliotēku identitātes un to tēli sabiedrībā. Latvijas publisko bibliotēku, Latvijas Nacionālās bibliotēkas, Somijas Nacionālās bibliotēkas, Igaunijas Nacionālās bibliotēkas gadījumu izpēte” **mērķis** ir noskaidrot, kādas ir mūsdienu bibliotēku identitātes jeb paštēli, un kādi ir to publiskie tēli, vienlaikus vērtējot, vai bibliotēku tēli saskan ar to identitātēm.

Pētnieciskais jautājums: vai pastāv atšķirība starp LPB, LNB, SNB un INB identitātēm un tēliem?

Lai sasniegtu pētījuma mērķi un gūtu atbildi uz pētniecisko jautājumu, **autors izvirzījis šādus darba uzdevumus:**

1. raksturot organizācijas identitātes un tēla teorijas, šo konceptu attiecības;
2. raksturot pētījuma metodes – dokumentu analīzi, daļēji strukturēto interviju, aptauju, semantisko diferenciāli – izstrādāt to instrumentāriju;
3. veikt pētījumu, iegūt, apkopot un interpretēt rezultātus, aplūkojot tos kopsakarībās ar teorijas nodaļu atziņām;
4. veikt Latvijas un ārzemju bibliotēku identitāšu un bibliotēku tēlu savstarpējo attiecību analīzi;
5. izdarīt secinājumus un sniegt priekšlikumus par iegūtajiem rezultātiem.

Pētījumā izmantotas **4** pētniecības metodes. Skaidrojot organizāciju idealizēto identitāšu modeļus, pētīti **5** nacionāla līmeņa stratēģiskās attīstības un plānošanas dokumenti. To satura saskaņā ar realitāti noskaidrota, veicot daļēji strukturētās intervijas ar LNB, SNB, INB direktoriem. Izmantojot aptauju, izpētīta LPB un LNB darbinieku (**384** un **182** respondenti) izpratne par šo organizāciju darbību, mērķiem, būtību. Vienlaikus, veicot aptauju, atklāts arī bibliotēku tēls sabiedrībā (**302** respondenti) – viedoklis par šo institūciju publisko reprezentāciju. Tēla mērījuma veikšanai izmantota semantiskā diferenciāļa tehnika. Šādu pētniecības metožu izvēle pamatojama ar faktu: kvalitatīvajos pētījumos ieteicams izmantot ne tikai vairākus informācijas avotus, bet arī materiālu apkopošanas metodes, jo viens avots un metode nespēj sniegt pilnīgu un uzticamu analizējamā objekta definējumu. Izmantojot datu tipu kombinācijas, iespējams kompensēt citu pētniecības pieeju trūkumus.

Maģistra darbā aplūkotas un pētījumā integrētas organizācijas identitātes un tēla teorētiskās nostādnes. Stjuarts Alberts (*Albert*), Deivids Vetens (*Whetten*), Klauss Birkits (*Birkigt*) un Marīnuss Stadlers (*Stadler*) norāda, ka organizācijas identitāte ir noteiktās uzņēmuma stratēģijās, vērtībās un praktiskās darbības principos balstītas „rakstura” īpašības, kas piešķir institūcijai konkrētību, unikalitāti, stabilitāti un vienotību. Savukārt Bertrands Moingeons

(*Moingeon*) un Gillome Soenens (*Soenen*) uzsver organizācijas identitātes multiplo dabu – šo konceptu veido ne tikai dažādas auditorijas (darbinieki, vadība, apmeklētāji) un avoti (dokumenti), bet arī sastāvelementi (vērtības, funkcijas, mērķi, misija, vizuālais paštēls). Vienlaikus Juris Rozenvalds un Aija Zobena akcentē, ka organizāciju identitāte ir dinamiska un uz pārmaiņām, pilnveidi orientēta. Tikmēr korporatīvā identitāte, kā raksta Jups Kornelissens (*Cornelissen*) un Volijs Olins (*Olins*) ir organizācijas ārējā simboliskā un komunikatīvā reprezentācija. Šī identitāte ietekmē ārējo tēlu, tādēļ paštēls ir mūsdienu bibliotēku identitātes nostiprināšanas un unikalitātes akcentēšanas iespēja. Jāpiebilst, ka Džeralds Hofštēde (*Hofstede*) un Jans Hofštēde (*Hofstede*) piedāvā sešu identitātes dimensiju modeli, ar ko iespējams noteikti organizācijas būtību pēc tās darbinieku viedokļiem par institūcijai piemītošajiem paradumiem vai vērtībām.

Lai skaidrotu, kādi tēli piešķirti mūsdienu bibliotēkām, maģistra darbā aplūkota arī tēla teorija. Apkopojot literatūrā minēto, tēls ir personas, cita aktora (šeit: organizācijas), lietas vai parādības portretējums, piešķirot tam individuāli radītas vai aizgūtas nozīmes un interpretācijas. Tas ir kā impulsu un iespaidu kopums, ko piedzīvo un uztver indivīds, no objekta iespējamo īpašību pārpilnības izraugoties dažas vienkāršotas, vizualizējošas vai tipizējošas pazīmes. Frenks Džefkins (*Jefkins*), Kristīna Praisa (*Price*), Deniss Gioia (*Gioia*) un Kevins Korles (*Corley*) runā par dažādiem tēlu veidiem: spoguļa, pašreizējo, vēlamo, daudzveidīgo, optimālo, korporatīvo, projicēto, atstaroto un pārtverto. Tos rada gan sabiedrība, gan mediji, gan organizācijas, un tie saistāmi arī ar bibliotēkām. Paralēli Klauss Mertens (*Merten*) norāda, ka īpaši būtiska loma tēlu radīšanā un izplatīšanā ir mediju pilnveidei – galvenokārt indivīda uztvere veidojas no mediju piedāvātā „svarīgo” faktu izklāsta, personu, organizāciju, ideju skaidrojuma, jo nereti šādu informāciju nav iespējams pārbaudīt subjektīvi.

Maģistra darbā izmantots plašs un daudzveidīgs teorētiskās literatūras un avotu klāsts (galvenokārt ārzemju autoru, taču akcentēti arī būtiski latviešu akadēmiķu viedokļi), lai no iespējami dažādiem skatupunktiem (arī savstarpēji pretējiem) aplūkotu pētāmos identitātes un tēla konceptus, to atvasinājumus. Aprakstot organizācijas identitāti, teorijā fiksējami neviennozīmīgi viedokļi par tās sasaisti ar korporatīvās identitātes jēdzienu. Kaut arī abas identitātes saistītas ar vienu un to pašu fenomenu, tās aplūko vienu konceptu no dažādiem skatupunktiem un ietver atšķirības nosakošas iezīmes. Pētījumā izmantotas gan identitātes un tēla klasiku (*Albert, Bergler, Boorstin, Castells, Laitin, Merten, Olins, Skudra, Whetten*), gan mūsdienu autoru (*Corley, Cornelissen, Gauntlett, Gioia, Holzinger, Price, Stets, Zobena*) atziņas.

Fiksējams, ka lielā skaitā mūsdienu pētījumu ietverti pārstāsti par vai atsauces uz klasiku atziņām, kas norāda uz uzticamām un pētījumos sevi apliecinājušām idejām. Kā problemātisks atzīstams faktors pētījumā sniegt bibliotēku identitāšu iezīmju teorētisko aprakstu, jo literatūrā pieejama informācija par bibliotēku identitāti formējošām iezīmēm galvenokārt no bibliotēkzinātnes skatupunkta. Tomēr situācija risināta, atklājot bibliotēku identitātes caur pētniecisko daļu un rezultātus sasaistot ar organizācijas identitātes konceptu. Publikāciju skaits par bibliotēku identitāšu un tēlu attiecībām sociālajās zinātnēs ir ierobežots, tādēļ, domājams, šis pētījums var kalpot kā teorētiski un empīriski faktoloģiska bāze daudzpusīgākai un starpdisciplinārai bibliotēku identitāšu un tēlu izpētei.

Maģistra darbs ir strukturēts 4 nodaļās. **1. nodaļā** raksturota identitātes teorija un no tās attīstīti jēdzieni – organizācijas un korporatīvā identitāte, kā arī bibliotēku identitāte. **2. nodaļā** apskatīta tēla teorija, tēla definīcijas un tipi, un K. Mertena tēla teorija. **3. nodaļā** autors izklāstījis pētījuma metožu un izlases aprakstu. **4. nodaļā** veikts LPB, LNB, SNB un INB vispārējs skaidrojums, tām piemītošo identitāšu apraksts, Latvijas un ārzemju bibliotēku identitāšu salīdzinājums, kā arī LPB un LNB piemītošo tēlu interpretācija un Latvijas un ārzemju bibliotēku identitāšu un tēlu salīdzinājums. **Darba noslēgumā** apkopoti būtiskākie secinājumi un priekšlikumi, ietverts **saīsinājumu un speciālo terminu saraksts, izmantoto informatīvo avotu saraksts. Pielikumos** aplūkojama organizācijas tēlu veidošanas shēma; K. Mertena tēla teorijas vizuālie paskaidrojumi; aptaujas anketas par LPB un LNB identitāti; LPB un LNB piešķirtie identitāšu apzīmējumi; LPB sešu identitātes dimensiju tabula; LNB sešu identitātes dimensiju tabula; daļēji strukturēto interviju ar LNB, SNB, INB direktoriem transkripti; LPB un LNB identitāšu salīdzinājums; aptaujas anketa par Latvijas bibliotēku tēlu; Latvijas bibliotēkām piešķirto tēlu pārskats; SD skala; priekšstatus par Latvijas bibliotēkām izplatošo kanālu pārskats. **Diskusija** par teorētisko literatūru un darba pētījuma rezultātiem integrēta maģistra darba pētījuma rezultāta izklāsta tekstā.

1. IDENTITĀTE UN ORGANIZĀCIJA

Praktiski novērojumi un IFLA 79. ģenerālkonferences „Nākotnes bibliotēkas: bezgalīgās iespējas” (*Future Libraries: Infinite Possibilities*) tematiskais plašums, referāti un diskusiju kopsavilkumi apliecina, ka 21. gs. pasaules bibliotēkas, tostarp LNB un LPB (tekstā arī: publiskās vai reģionālās bibliotēkas) piedzīvo uz funkcionālu un būtības attīstību vērstas strukturālas un tehnoloģiskas pārmaiņas jeb pilnveidi, taču to būtības pašpozicionējums, vērtības un uzdevumi – identitāte – pamatlīmenī saglabā tradicionālu nemainību. (IFLA WLIC 2013)

Apkopojot teorētiskās atziņas, skaidrojams, ka „identitāte ir viens no visbiežāk lietotajiem un apspriestajiem jēdzieniem sociālajās zinātnēs, jo spēj tvert gan individuālo, gan kolektīvo dimensiju.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 9) Pirmkārt, šis jēdziens tiek attiecināts uz kritisku indivīda viedokli vai pašizpratni par sevi, savu būtību, „misiju”, „novietojumu” laikmetā un telpā, un sev piemītošu iezīmju kopumu. Paralēli attīstījušies pētījumi gan par šī teorētiskā koncepta interpretācijām, gan aktoriem vai aģentiem, kuriem identitātes piedēvējamas – „šobrīd par identitāti mēs varam runāt ne tikai indivīda, bet arī vietas, objekta, kolektīva, grupas, institūcijas vai organizācijas un pat laika perioda kontekstā.” (Zobena 2014, 8) Bibliotēkas ir aplūkojamas kā pēc konkrētiem darbības kritērijiem strukturēti un organizēti kolektīvi, taču attiecībā uz kolektīviem jāmin, ka „tradicionāli identitātes kontekstā pastāv nošķirums starp organizācijas studiju un mārketinga studiju jeb korporatīvo pieeju.” (Moingeon un Soenen 2002, 1) Tiesa, tās, kaut arī no dažādiem skatupunktiem (turklāt mūsdienās piedzīvo savstarpēju elementu integrāciju un saplūšanu), tomēr saistītas ar vienu un to pašu fenomenu.

Lai maģistra darba pētnieciskajā daļā precīzāk definētu un identificētu bibliotēku tieši kā organizāciju identitātes iezīmes, šajā nodaļā tiks sniegts indivīda identitātes un no tām attīstītu, paplašinātu jēdzienu – organizācijas un korporatīvās identitātes – raksturojuma apskats, skaidrojot identitātes veidošanās procesu, funkcijas, iedalījumu un raksturīgākos elementus. Papildus tiks sniegts koncentrēts ieskats koncepta „bibliotēku identitāte” raksturojumā.

Jāpiebilst, ka identitātes jēdziena izpratnes apskatā izmantotas un ar jaunām perspektīvām papildinātas šī maģistra darba autora atziņas, kas gūtas, rakstot bakalaura darbu „Latvijas neatkarības atjaunošanas reprezentācija laikrakstā „Latvija Amerikā” (1990–1991)”. (Zilberts 2012)

1.1. Identitātes jēdziena izpratne

Sevis, citu personu, apkārtējās vides, pasaules un tās lietu kārtības izzināšana ir viens no cilvēka kognitīvajiem bāzes procesiem. Tas lielā mērā saistīts ar „definīcijas”, jēgas, būtības piešķiršanu cilvēcisķajam un materiālajam jeb ar abu iepriekšminēto apzīmētāju identificēšanu (apzinātu un neapzinātu), kas raksturīga, pieļaujams, jebkurai sociālai darbībai. Ikdienas sarunvalodā par identitāti tiek runāts, kad vēlamies kaut kam konkrētam, īpašam vai unikālam piešķirt noteiktas rakstura un iezīmes. Šādi identitāte ir koncepts, kas palīdz savstarpēji salīdzināt vai atšķirt, piemēram, personas, grupas, organizācijas u.tml.

„Identitātes jēdziens ir 20. gs. vidusposmā radīts konstrukts, kura teorētiskais un metodoloģiskais skaidrojums rodams dažādu nozaru (socioloģija, politoloģija, bibliotēkzinātne, informācijzinātne, psiholoģija, filozofija, vēsture, lingvistika, antropoloģija, etnoloģija, tiesību zinātne, mārķetinga studijas) akadēmiskajās pieejās.” (Clark un Petersson 2003, 7). Līdz ar to pastāv starpdisciplināras un plaši daudzveidīgas identitātes teorētiskās nostādnes, un katra no tām nosaka atšķirīgu jēdziena definīciju un interpretāciju. Galvenokārt literatūrā dominē skaidrojums, ka „identitāte ir nozīmju kopums, kas raksturo indivīdu, kad viņš ieņem kādu lomu sabiedrībā, ir kādas sociālās grupas vai kolektīva loceklis, vai iemieso rakstura iezīmes, kas viņu identificē kā unikālu personu.” (Burke un Stets 2009, 1; Rozenvalds un Zobena, 2014, 230) Teiksim, tādi raksturlielumi kā augstākā izglītība bibliotēkzinātnē un/vai informācijzinātnē, prasmes strādāt ar bibliogrāfiskajām datu katalogizācijas un klasifikācijas sistēmām, pienākums apkalpot lasītājus, darbavieta – LNB Humanitāro un sociālo zinātņu lasītava – identificē vai definē LNB galveno bibliogrāfu.

Skaidrojošajās vārdnīcās norādīts, ka pētāmā koncepta izcelsme saistāma ar lafīņu valodas vārdu „idem” (*tāds pats*), no kura savukārt atvasināts termins „identisks”, šādi norādot uz indivīdu identiskumu ar sevi un citiem indivīdiem fizioloģiskā līmenī. Tomēr kā primārais identitātes teorijā tiek izcelts faktors, kas norāda uz personas unikalitāti, jo „identitāte ir fundamentāls un neatkarīgs veidojums, ko radījusi persona, lai izskaidrotu un saprastu savu dzīvi, tās nozīmi un jēgu.” (Lawler 2010, 2) Socioloģe Monserata Giberno (*Guibernau*) identitāti raksturo kā „cilvēka paša (*self*) definīciju vai interpretāciju, kas nosaka un pamato personas esību gan sociālā, gan psiholoģiskā kontekstā. Respektīvi, identitāte sniedz atbildi uz jautājumu „Kas es esmu?”” (Guibernau 2007, 10) Viņai pievienojas socioloģijas klasiķis Entonijs Gidenss (*Giddens*), akcentējot, ka „pašidentitāte” (*self-identity*) ir moderns projekts, kura ietvaros indivīdi var refleksiīvi veidot „personīgus naratīvus”, kas ļauj saprast pašiem sevi un kontrolēt savu dzīvi

nākotnē.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 253) Savukārt sociologs Manuels Kastels (*Castells*) izceļ antropoloģisko skatījumu, norādot, ka „identitāte ir savstarpēji saistītu kultūras īpašību kopums, ko indivīds absorbē un pieņem.” (Castells 2010, 7) Proti, tā ir kā teksts, kas jālasa saiknē ar kultūras un laikmeta iezīmju kontekstu. Mēs varam runāt par bibliotēkām kā grāmatu krātuvēm. Taču nacionālais aspekts un Latvijas kultūra norāda, ka identitātes pamatā ir konkrēti nacionālā krājuma glabāšana. Mēs varam runāt par bibliotēkām kā kultūras centriem, taču tas jādara kontekstā ar straujo tehnoloģisko un praktisko iespēju attīstību. Izrietoši interesants ir fakts, ka neatkarīgi no tā, vai iepriekšminēto īpašību un kultūras faktoru orientēšana uz sevi ir vai nav apzināta, identitātes kļūst par tādām tikai brīdī, kad sociālie aktori tās „atšifrē” kā sev atbilstošas un pieņemamas, kā arī piešķir tām nozīmes intrapersonāla simboliskā interakcionisma ceļā. Vēl sociāls psihologi runā par identitātēm kā „autonomiem un stabiliem izturēšanās, izskata vai viedokļu modeļiem.” (Cheney 2004, 108) Tikmēr identitātes pētnieki Rodžers Brobeikers (*Brubaker*) un Frederiks Kūpers (*Cooper*) identitāti dēvē par konceptuālu kakofoniju, un fokusē piecus dominējošos veidus, kādos šis koncepts visbiežāk tiek lietots sociālo un humanitāro zinātņu laukā (Malešević 2006, 16–17):

- identitātes kā sociālās darbības formas;
- identitātes kā kolektīvs grupu līdzības fenomens (bibliotēku darbinieki visā Latvijā, Somijā un Igaunijā);
- identitātes kā dziļas un fundamentālas individualitātes formas (personīgās vai profesionālās unikalitātes faktors);
- identitātes kā svārstīgas, nestabilas un sadrumstalotas indivīda būtības formas (raksturīgi 21. gs. dzīves modelim, kad pastāv ļoti daudz izvēles un pārmaiņu iespēju).

Sociālajās zinātnēs identitātes koncepta veidošanos ierasts saistīt ar dualitāti. Proti, viena pieeja piedāvā uzskatu, ka identitāte ir iedzimta, bet otra – ka tā ir sociāli konstruēta un/vai determinēta. Bibliotēku gadījumā „iedzimta” jeb pašos pamatos un pirmsākumos noteikta ir krājuma glabātāja, izglītotāja un informācijas pakalpojumu nodrošinātāja identitāte. Laikmetam raksturīgā sociālā konstrukcija parādās brīdī, kad uzsveram bibliotēku kā kultūras centru identitātes aspektu. Tiesa, tā nav pilnvērtīga identitātes sastāvdaļa, bet gan mūslaiku dinamiskā dzīvesveida un līdz ar to sabiedrības pieprasījuma radīts, noteikts „pamatidentitātes” papildinājums. (Šeit būtiski pieminēt, ka „identitāte netiek uztverta kā galaiznākums, noslēgta konstrukcija, bet gan kā nepārtraukts process, atvērta kategorija, kas pastāvīgi, lineāras un

pakāpeniskas attīstības laikā mainās, tie ir dzīves gājuma projekti.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 230, 253) Turklāt – „bibliotēka ir augošs (uz attīstību vērsts) organisms.” (Mcmenemy 2009, 40)) Galvenokārt aizvadīto 15 gadu laikā pētniecībā iezīmējusies tendence, ka identitātes nav iedzimtas, bet radītas (šī ideja tiks apstiprināta nākamajā un aiznākamajā apakšnodaļā, pievēršoties organizācijas un korporatīvajai identitātei. Tiesa, tās (identitātes) ir pašu organizāciju radīti, savu darbību manifestējoši elementi.). Iedzimtības ceļā radušos identitāšu ideju kritizē identitātes pētnieks Deivids Leitins (*Laitin*) apgalvojot, ka „mūsdienās identitātes nevar pārmantot kā ādas krāsu, jo cilvēki jau no bērnības ir piesaistīti ģimenei, sociālajai kopienai vai teritorijai, kurā dzīvo, nacionālajai vēsturei, kā arī valodai.” (Laitin 1998, 11). Minētie aspekti ir primārie, kas vistiešākajā veidā atstāj nospiedumus identitātes (arī organizācijas) formulējumā.

No socioloģijas un psiholoģijas skatupunkta, „visas identitātes ir konstruētas – caur personību, sociālajām lomām, attiecībām un morālajām vērtībām. Tās var past caur valodu, vārdiem, emocijām.” (Kajee 2008, 113–115) Pēc sociologu domām, identitāte ir veids, kā personas apzinās un argumentē savas attiecības ar sociālo pasauli, kā šīs attiecības veidojas laiktelpā, un kā cilvēki apjauš savas iespējas tagadnē un nākotnē. Šīs pieejas gadījumā velkamas paralēles ar identitātes antropoloģisko skatījumu.

Pētnieces Majkena Šulca (*Schultz*) un Marija Jo Hača (*Hatch*) piedāvā viedokli, ka identitāte veidojas gan iekšēju, gan ārēju sociālu faktoru rezultātā. Proti, „cilvēka individuālā izpratne par to, kas viņš ir, nevar tikt pilnībā un neatkarīgi atdalīta no apkārtesošo cilvēku un to kopumu izpratnes un uztveres par konkrēto personu.” (Moingeon un Soenen 2002, 17) „No vienas puses, izpratne par sevi ir indivīda pašrefleksija un tas, kādu kopienu viņš uzskata par savējo un svešo. No otras puses, identitāšu konstruēšanā noteikta loma ir ārējiem aģentiem, sociālajām struktūrām.” (Zobena 2014, 8–9) Šis aspekts ir saistāms ar personas un viņa pārstāvētās organizācijas tēlu – ja noteikta radītā tēla iespaidā sabiedrība Latvijā uzskatīs bibliotēkas (un to darbiniekus) par nelietderīgām, šādi negatīvā veidā iespējams ietekmēt arī indivīda sevis apzināšanos, tādējādi deformējot personas identitāti. Jāņem vērā, ka starp indivīdu un sociālo kopumu pastāv mijiedarbība un cieša saikne, tādēļ, nenoliedzami, šie abi aktori atrodas savstarpējas ietekmes un reproducēšanas, atdarināšanas pozīcijās. Līdz ar to varam runāt arī par to, ka identitātes radīšanas procesā vitāla loma ir sociālajai ietekmei, no kā savukārt secināma identitātes neviendabīgā, no dažādiem faktoriem atkarīgā un ārējai ietekmei vai pat manipulācijai pakļāvīgā daba.

Pētnieki Pīters Bērks (*Burke*) un Dženna Stetsa (*Stets*) piedāvā viedokli, ka „identitāte veidojas identifikācijas procesa (saukts arī par paškategorizāciju) laikā.” (Burke un Stets 2000, 224) Šajā gadījumā kategorija ir cilvēku kopums, kurus saista kāds konkrēts kritērijs vai pazīme.

Neraugoties uz cilvēka unikālo un individuālo dabu, personības aspektu, „pastāv iespēja, ka indivīds pieder vai, pats sev nemanot, pieskaita sevi pie dažādām sociālajām kategorijām (dalība kādā organizācijā, domubiedru grupā, reliģiskā piederība, tautība, dzimte, vecuma grupa), pārņemot no tām uzvedības modeļus un rīcības mehānismus.” (Hogg un Terry 2001, 3). Vācu sociologs Norberts Eliass (*Elias*) norādījis ka „individuālā identitāte pat nevar pastāvēt izolēti no attiecībām ar citiem un kolektīvās identitātes.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 139) „Identifikācijas laikā indivīds piešķir sev tās pašas iezīmes, kuras, viņaprāt, piemīt arī kolektīvam, kategorijai.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 15) Tā, strādājot par projektu vadītāju, ēkas pārvaldnieku vai lasītāju reģistratoru bibliotēkā, darbinieks sevi var neapzināti klasificēt (identificēt) kā bibliotēku kopienas vai konkrēti bibliogrāfu pārstāvi. Jāpiebilst, ka „sociālā identifikācija konceptuāli ir saistīta ar organizatorisko identifikāciju, un tā var ietekmēt organizācijas darbību.” (Hatch un Schultz 2004, 8) Ja personai piemīt tās pašas iezīmes vai vērtīborientācija, kas kategorijai (šeit: organizācijai), šī sasaiste ir definējama kā identifikācija ar konkrēto kategoriju.

Cilvēku nepieciešamībai iemantot unikālu individuālo vai grupas identitāti piemīt sociālās nozīmības svars. Tomēr, tā kā identitāte ir priekšstatu, nozīmju un tēlu veidošanās priekšnoteikums, šo varētu raksturot kā gluži ikdienišķu tendenci. „Vienlaikus identitāte kļūst par galveno virzītājspēku, lai restrukturizētu organizācijas, sociālās kustības, kultūras izpausmes.” (Kajee 2008, 112)

Identitāte ir cilvēka patības atspulgs, apliecinājums un individualitātes stāvoklis jebkuros apstākļos un situācijās. Radoši to varētu salīdzināt ar lūkošanos spogulī, kad mēs radām saikni starp „figūru”, formu, seju, ko redzam, apkārtējo pasauli un kontekstu, kurā mūsu seja ir novietota. Pēc Ērika Ēriksona (*Erikson*) atziņām, identitāte ir viengabalainības un vēsturiskas nepārtrauktības izjūta, pārliecība, ka esmu eksistējis, eksistēju un eksistēšu.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 252) Vienlaikus tā ir nepārtraukts process, atvērta kategorija, kas pastāvīgi, lineāras un pakāpeniskas attīstības laikā mainās. Taču kopumā – identitāte ir iezīmju un nozīmju summa, kas raksturo indivīdu, kad viņš ieņem kādu lomu sabiedrībā, pieder kādam kolektīvam un iemieso specifiskas, unikālas rakstura iezīmes. Jāpiebilst, ka indivīdi pieņem uzvedības formas, kādas raksturīgas sociālajām sistēmām, veidojumiem vai kontekstiem, kuros tie atrodas.

Turpmākajā tekstā tiks sniegts ieskats organizācijas identitātes, korporatīvās identitātes un bibliotēku identitātes raksturojumā.

1.2. Organizācijas identitāte

Maģistra darba autors piedāvā uzskatu, ka mūsdienās, kad tehnoloģiju attīstības un globalizācijas izpausmju rezultātā organizācijas arvien biežāk saskaras ar vērtību pārbaudījumiem, darbības, izpausmju un formātu pārmaiņām, viens no to būtiskākajiem izaicinājumiem ir saglabāt vienotību un pašpozicionējuma nemainību, kontaktējoties ar dažādām iesaistītajām un ieinteresētajām pusēm, auditorijām, vienlaikus nepārstājot attīstību. 20. gs. pēdējās divās desmitgadēs pasaules, īpaši Austrumeiropas un Centrāleiropas publisko bibliotēku darbību ietekmēja kvalitatīvas pārmaiņas – jaunas (kultūr)politiskās iniciatīvas (kā iemesls jāmin ES straujā attīstība), demokrātiju un ekonomikas attīstība (pēc PSRS sabrukuma), finanšu tirgus paplašināšanās, bibliotēku infrastruktūru revitalizācija, modernizācija. (Hansson 2010, 36, 37) Tas bija brīdis, kad organizācijas identitāte ieņēma kritiski nozīmīgu lomu, jo tā noteica uzņēmumu (bibliotēku) stabilitāti, individualitāti un būtību „jaunajā laikmetā”. Tobrīd bibliotēkas pakāpeniski sāka pašdefinēties kā kultūras un izglītības centri („Identitāte ir dinamiska un visā dzīves laikā pakļauta potenciālām pārmaiņām.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 252) „Šobrīd tās atspoguļo dažādus sabiedrības sociālo normu un vērtību „produktus”. (Tās ir vienas no pamata sociālajām iestādēm, kas veido priekšnoteikumus liberālām demokrātijām.”) (Hansson 2010, 7) Šādās situācijās organizācijām – apkārtnei atvērtiem veidojumiem, kas pastāv noteiktā vidē un ir atkarīgi no tās savu daudzo vajadzību apmierināšanai – jāturpina īstenot savas pamatfunkcijas, un caur bāzes identitātes prizmu jāmanifestē arī jaunie darbības principi, jaunās identitātes šķautnes, ko papildina jaunais veidols, tēls.

Par koncepta „organizācijas identitāte” teorētisko nostādņu aizsācējiem uzskatāmi sociologi Stjuarts Alberts (*Albert*) un Deivids Vetens (*Whetten*), kuri 1985. gadā definēja, ka „organizācijas identitāte ir noteiktās uzņēmuma stratēģijās, vērtībās un praktiskās darbības principos balstītas rakstura īpašības un iezīmes, kas piešķir institūcijai konkrētību, stabilitāti un vienotību.” (Corenlissen 2011, 63) Citiem vārdiem sakot, „tās ir valsts vai vadības noteiktās institūcijas pamatvērtības; elementi, kas organizāciju padara atšķirīgu no citām līdzīgām; elementi, ko uzņēmuma locekļi uzskata par tā ilgtspējas – pagātnes, tagadnes un nākotnes – nodrošinātājiem, radītājiem.” (Riel un Fombrun 2008, 66) Pēc S. Alberta un D. Vetena domām, tāpat kā indivīdi pauz personīgās neatkarības, kontinuitātes un autonomijas iezīmes, arī

organizācijām piemīt individualitāte un unikalitāte. Viņi norāda, ka organizācijas identitāti definējošie raksturlielumi ir „prakses, produkti, pakalpojumi, vērtības, dokumentāri un vizuāli fiksēti organizācijas būtību veidojoši elementi, kas ir kopīgi un šķiet praktiski un morāli pievilcīgi tās locekļiem, kā arī – ko atbalsta un uztur vadības pārstāvji.” (Lerpold un Ravasi 2007, 2) Konkrētie elementi galvenokārt tiek uzsvērti, izmantojot korporatīvo darbību noteicošus dokumentus (likumus, darbības un attīstības stratēģijas, ietverot misijas, vīzijas, vērtību, mērķu, aprakstus), tradīcijas un vizuālās izteiksmes līdzekļus (logotipus, simbolus (Stikla kalns), zīmīgu arhitektūru (Gaismas pils jeb LNB, Zināšanu cietoksnis jeb INB Igaunijā, Melnais dimants jeb Dānijas Karaliskā bibliotēka Dānijā u.c.). (Lerpold un Ravasi 2007, 2) Papildinot iepriekšminēto, identitātes pētnieki Klauss Birkits (*Birkigt*) un Marīnuss Stadlers (*Stadler*), akcentē, ka „organizācijas identitāte tiek plānota stratēģiski, un tā balstās uz vienprātības principa radītā uzņēmuma filozofijā, ilgtermiņa mērķu plānos un konkrētā tēlā, kas tiek kombinēts ar vēlmi uzņēmumu pozicionēt kā vienu veselu.” (Riel un Fombrun 2008, 66) Secināms, ka organizācijas identitātes veidošana ir kompleksa – kolektīva identitāti vairumā gadījumu formulē tās locekļu individuālās identitātes, kas savukārt saistītas ar personīgajām vērtībām, uzskatiem un nozīmēm. Līdzības ir arī valsts gadījumā, kad „reģionu identitāte tiek uzskatīta par kopīgās nacionālās identitātes daļu,” (Rozenvalds un Zobena, 2014, 133) jo abas šīs identitātes saista vienas pamatvērtības. Tāpat arī LPB identitāte varētu tikt uzskatīta par LNB identitātes saistītu daļu.

Lai organizācijas darbība būtu rezultatīva, tās identitātei (vērtībām, kultūras izpratnei) būtu jāīsteno saskanība ar visu tajā ietilpstošo personu identitātēm: „Organizācijas locekļu darbs ir vērtējams kā efektīvāks un kvalitatīvāks gadījumā, ja viņi pašķategorizējas vai identificējas ar organizāciju. Pastāv apgalvojums, ka indivīds, kurš sevi spēj identificēt ar darbavietu, ir tai lojālāks,” (Holzinger un Dhalla 2007, 43) un tādējādi varam runāt par organizācijas kopējo izaugsmi un attīstību. LNB gadījumā darbiniekiem jāidentificējas ne tikai ar institūciju, bet arī Gaismas pili, jauno ēku. Pēc novērojumiem un iekšējas LNB PD un KD veidotas aptaujas „Par pārmaiņām un izaicinājumiem, pārceļoties uz Gaismas pili” (2014) spriežot, gados jaunie darbinieki sevi izjūt kā progresīvas un mūsdienīgas atmiņas institūcijas pārstāvjus, kas ir nozīmīgs un stratēģisks valsts kultūras jomas stūrakmens. Šīs LNB proponētās īpašības šķiet simpātiskas darbiniekiem, viņi tās identificē kā savas būtības, profesionālās misijas sastāvdaļu, līdz ar to darbs tiek veikts kvalitatīvi un ar lielu atbildības sajūtu ne tikai pret lasītāju, klientu, bet arī pret valsti. „Kolektīvās emocijas ir izšķirošs faktors, kas ietekmē identitātes veidošanās procesus.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 36) Pozitīvi būtu vērtējama situācija, ja arī novadu

publisko bibliotēku darbinieki sevi identificētu kā lielās organizācijas, valsts bibliotēku sistēmas „balsta” sastāvdaļu.

Līdzīgi kā indivīda identitāte var tikt kategorizēta jeb tai tiek piešķirti, piemēram, dzimuma, tautības, profesijas, sociālās grupas, dzīvesveida, izglītības sasniegumu vai prasmju „enkuri” (*anchors*), arī „organizācijas identitātei iespējams piesaistīt, piemēram, atrašanās vietas, nacionalitātes, stratēģijas, dibināšanas, darbības virziena, tehnoloģiju, kompetenču, darbības filozofijas vai organizācijas dizaina „enkurus”.” (Cornelissen 2011, 63) Tiesa, šīm kategorijām, ja to sasaiste ar organizāciju tiek veidota apzināti, vismaz daļējā mērā vajadzētu sakrist ar darbinieku individuālajām kategorijām. Pretējā gadījumā var rasties morāla rakstura un vērtīborientācijas veida pretrunas, pat konflikti starp uzņēmuma pašpozicionējumu un darbinieku uzskatiem.

Teorētiskajā literatūrā bieži tiek uzsvērts, ka „organizācijas identitāte sastāv no visām iespējamām definīcijām, kuras piedāvā galvenokārt uzņēmuma darbinieki, atbildot uz jautājumiem – „Kas mēs esam kā organizācija?” vai „Kas ir mūsu vērtības, ko mēs pārstāvam?”.” (Lerpold un Ravasi 2007, 3) Tāpat arī – „Kur mēs atrodamies?”, „Kas notiek mūsu organizācijā?”, „Kādu biznesu mēs pārstāvam, un, vai tas ir pareizais?”, „Kā mēs varam aptvert jaunas auditorijas?” „Šie jautājumi ļauj organizācijām izveidot pašreprezentācijas, lai orientētos darbības laukā un radītu vēlamo identitāti” (Morgan 1997, 258–259), kā arī – atbildes varētu ietvert uzņēmuma struktūras, kultūras, komunikācijas stratēģijas, vērtību un cilvēkresursu politikas pozicionējumu. Tiesa, līdzīgi kā indivīda gadījumā, arī organizācijas identitāti veido ārējās puses, faktori, tādēļ, „lai gūtu pilnvērtīgu priekšstatu par konkrēto identitāti, būtu jāņem vērā arī, piemēram, klientu, konkurentu un citu ārējo auditoriju viedokļi. Šāda situācija savukārt norāda, ka uzņēmumiem piemīt multiplas identitātes.” (Moingeon un Soenen 2002, 1) Bibliotēku identitātes formē gan dažādu paaudžu apmeklētāji, gan dažādu grupu pārstāvji – studenti, pensionāri, pētnieki, radošo profesiju darbinieki, žurnālisti, tūristi, pasākumu organizatori. Katras grupas pārstāvjiem ir individuālas nepieciešamības un viedokļi par sniegto pakalpojumu kvalitāti, vidi, organizāciju darbību. Svarīgi ir šos dažādos uzskatus apkopot vienā identitātē, vienā vērtību un misijas sistēmā.

Organizācijas identitātes strukturēšanai 20. gs. 80. gados pievērsušies arī dāņu sociāls psihologi un organizāciju kultūras pētnieki Džeralds Hofštede (*Hofstede*) un Jans Hofštede (*Hofstede*), radot sešu identitātes dimensiju modeli, ar kuru identificētas un pretnostatītas raksturīgākās organizācijām iespējami piemītošas paradumu un vērtību (šeit: identitāšu) grupas.

Būtiski, ka analizējot un identificējot, kādas ir bibliotēku identitātes, iespējams pielietot Hofštedu modeli, pēc anketēšanas metodes piemērojot iegūtos atbilžu variantus katrai dimensijai. (Hofstede un Hofstede 2005, 290)

Sešas identitātes dimensijas:

1. orientācija uz procesu vai rezultātu;
2. orientācija uz darbinieku vai darbu;
3. lokāla (triviāla) vai profesionāla orientācija;
4. sistēmas atvērtība vai noslēgtība;
5. brīva vai cieša kontrole;
6. orientācija uz normatīvismu vai pragmatismu. (Hofstede un Hofstede 2005, 292)

Pirmā dimensija pretnostata faktu, vai organizācija ir orientēta uz procesu vai mērķiem, rezultātu. „Ja tai piemīt uz procesu orientēta identitāte un darbības kultūra, darbinieki mēdz regulāri izvairīties no riskiem, un pienākumu veikšanā iegulda ierobežotas pūles, gadiem ilgi ieturot nemainīgu un konservatīvu darba ritmu.” (Hofstede un Hofstede 2005, 293) Turpretī, „ja kopējā identitāte ir uz rezultātu orientēta, riski un neordināri, darbības un pieredzes lauku paplašinoši uzdevumi tiek uzskatīti kā pozitīvs izaicinājums.” (Hofstede un Hofstede 2005, 293) Hofštedu pētījums apliecina, ka uz rezultātu orientēta identitāte piemīt homogēnām un spēcīgām organizācijām ar stingrām darbības tradīcijām.

Otrā dimensija paredz, ka pastāv nošķirums starp organizāciju, kas orientēta uz rūpēm par darbiniekiem un bažām par paveiktu darbu. „Pirmā minētā veida kultūrā indivīdiem radīta izpratne, ka organizācija izrāda atbildību un rūpes par viņu labklājību un personīgajām problēmām, turklāt – nozīmīgākie lēmumi tiek pieņemti plašās un atvērtās grupās.” (Hofstede un Hofstede 2005, 294) Otrā minētā veida kultūrā darbinieki izjūt spiedienu no darba devēja. „Uzņēmuma vadība neinteresējas par indivīda personīgo un ģimenes labklājību, bet gan par paveiktā rezultātu un peļņu, un nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti slēgtā vadības lokā.” (Hofstede un Hofstede 2005, 294)

Trešā dimensija pretnostata identitātes, kas ir lokāli vai triviāli orientētas un kuras savukārt saistītas ar darbu (profesionālās). „Lokālas kultūras pieņem jaunus darbiniekus, vērtējot ne tikai viņu darba pieredzi, bet arī sociālo un ģimenes stāvokli. Savukārt t.s. profesionālās kultūras tiek vērtētas tikai potenciālā darbinieka profesionālās kompetences, izglītība.” (Hofstede un Hofstede 2005, 294)

Organizācijas sistēmu atvērtība vai noslēgtība – šie elementi ir saistīti ar ceturto identitātes dimensiju. „Atvērti uzņēmumi ir pretimnākoši un teju ikvienu interesentu iekļaujoši, jaunajiem darbiniekiem nepieciešamas vien dažas dienas, lai „justos kā mājās”.” (Hofstede un Hofstede 2005, 295) „Taču, ja organizācijai ir noslēgta veida daba, tās var šķist noslēpumainas, nepieejasamas, un, lai „iejostos” šādā kolektīvā reizēm nepieciešami pat vairāki gadi.” (Hofstede un Hofstede 2005, 295) Šī identitātes dimensija raksturo organizācijas komunikācijas klimatu

Piektā dimensija aptver organizācijas koleģiālo klimatu jeb punktuālismu, kontroli. „Pastāvot brīviem kontroles mehānismiem, darbinieki uzskata, ka finanšu jautājumi nav būtiski, sapulču sākuma laiki nav strikti noteikti, un organizācijas locekļi bieži atļaujas jokot par darbavietu.” (Hofstede un Hofstede 2005, 295) Tikmēr „ciešas kontroles uzņēmumā finanšu jautājumi tiek aplūkoti ar stingru attieksmi, sapulces sākas ar minūtes precizitāti, turklāt humors par institūciju nav izplatīts.” (Hofstede un Hofstede 2005, 295) Secināms, ka otrajās minētajās sistēmās pastāv stingras, rakstītas un nerakstītas lietišķās etiķetes normas.

Visbeidzot, sestā dimensija uzlūko organizācijas orientāciju uz normatīvismu vai pragmatismu. „Normatīvās kultūrās tiek akcentēta dogmatiska biznesa ētikas, dažādu noteiktu procedūru, standartu un normu ievērošana. Aplūkojot pragmatisma aspektu, galvenais uzsvars ir uz klientu vajadzību apmierināšanu, nepievēršot striktu uzmanību organizācijas instrukciju ievērošanai.” (Hofstede un Hofstede 2005, 296)

Organizācijas identitāti konstruē stāsti vai vēstījumi, ko organizācija uzskata un pauž par sevi, savu darbu un apkārtējo pasauli. Galvenokārt šī identitāte izriet no dažādām īpašībām un funkcijām, ko institūcijas pārstāvji izmanto summārā veidā, lai aprakstītu tās pastāvēšanas un darbības jēgu, kā arī – izceltu unikālās atšķirības uz citu kolektīvu fona, un paustu vienotību. Kopš S. Alberta un D. Vetena 1985. gadā veiktā pētījuma organizācijas identitātes koncepta izpratne ir paplašinājusies: „Mūsdienās šī teorētiskā nostādne ietver arī tādus saistītus elementus kā korporatīvais tēls, zīmolvedība un reputācija.” (Moingeon un Soenen 2002, 13) Šis skatupunkts norāda uz kā līdzvērtīgu lietoto korporatīvās identitātes jēdzienu. Šobrīd pētnieki un uzņēmējdarbības praktiķi runā par abu tradīciju savstarpēju integrāciju.

1.2. Korporatīvā identitāte

Kamēr organizācijas identitāte tiek pozicionēta kā uzņēmuma vērtību, morālo priekšnoteikumu, indivīdu kā personību un darbības jēgas skaidrojumu kopums (saturs), tikmēr korporatīvā identitāte, kaut arī iepriekšminētā koncepta papildinoša un saistīta daļa, organizācijas

un mārketinga studiju literatūrā tiek aplūkota kā uzņēmumu vizuālo īpašību, izpausmju, kodu kopums (forma), kas cieši saistīts ar stratēģisku reputācijas un tēla menedžmentu. „Korporatīvā identitāte ir faktoru (uzņēmuma vēsture, vadības stils, komunikācijas politika un prakse, kompetences, mārketinga aktivitātes, simboli, konkurētspējas līmenis), kas definē un projicē organizācijas galvenokārt acīmredzamo būtību, attīstības redzējumu un vīziju, summa.” (Moingeon un Soenen 2002, 20) Tas ir plašs un ietilpīgs koncepts, kas sevī ietver „organizācijas tēla konstrukcijas ar nolūku padarīt uzņēmuma pozīciju nozīmīgu iesaistīto un ieinteresēto pušu acīs – ” (Cornelissen 2011, 62; Schultz, Hatch un Larsen 2000, 13) dažādās auditorijās. „Šis teorētiskais elements tiek izpausts caur nosaukumiem, zīmoliem, simboliem, logotipiem, krāsām, formastērpiem, uzņēmuma rituāliem, ar kuriem atšķirt sevi, savus zīmolus, produktus un pakalpojumus no citiem uzņēmumiem.” (Olins 1996, 7) Paralēli šādā veidā tiek veicināta kā uzņēmuma darbinieku, tā klientu piederības sajūta attiecībā pret institūciju. No vienas puses, šie komponenti ietver un izceļ organizācijas piederību un mērķus. No otras puses – šādi tiek pārstāvēti noteikti kvalitātes standarti un veicināta klientu lojalitāte. Teju ikkatrā korporatīvās identitātes literārajā apskatā tā ir vērsta uz uzņēmējdarbības nozīmi. „Visizplatītākais ekonomikas arguments ir tāds, ka atšķirīga un atpazīstama korporatīvā identitāte piešķir pievienoto vērtību uzņēmuma darbībai, piesaistot jaunus klientus un uzlabojot pārdošanas apjomus.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 13–14) Šādas situācijas rezultātu var nodrošināt spēcīgi korporatīvie tēli vai brendi. Tie galvenokārt ir vizuāli un emocionāli pievilcīgi, ietver uzņēmumam raksturīgas vērtības, idejas.

Pateicoties jēdziena apjomam, korporatīvajai identitātei piemīt saistība ar dažādiem organizācijas funkcionēšanas aspektiem. Korporatīvās komunikācijas profesors Jups Kornelissens (*Cornelissen*) norāda, ka „korporatīvā identitāte ir organizācijas ārējā reprezentācija, kurai jāizriet no izpratnes par uzņēmuma galveno būtību, misiju, stratēģisko vīziju un kultūru.” (Cornelissen 2011, 62) Šeit jāpiebilst, ka organizācijas misija vairumā gadījumu jau ietver apgalvojumu par uzskatiem, kas veido uzņēmuma kultūru, liek pamatus tās stratēģijai un piedāvā, kā organizāciju varētu uzlūkot tās iesaistīto pušu auditorijas. Piemēram, SNB sevi pozicionē arī kā aktīvu un konkurētspējīgu izstāžu galeriju, tādēļ šī bibliotēka šo nostāju reprezentē ar ievērojamām ekspozīcijām, atsevišķiem publicitātes materiāliem (bukleti, afišas, īpašo piedāvājumu kuponi).

„Korporatīvā identitāte fiksējama gadījumā, ja pastāv un kolektīva locekļus vieno viena organizatoriskā filozofija, kas pauž korporatīvo kultūru jeb korporatīvo personību.” (Urban 2006, 2) Par to runā arī K. Birkits un M. Stadlers, „personības marķējumu” piešķirot organizācijas

pamatvērtībām – kultūrai, misijai. (Cornelissen 2011, 62) Tāpat kā organizācijas identitātes gadījumā arī korporatīvā identitāte palīdz organizācijām rast atbildes uz jautājumiem „Kas mēs esam?” un „Kāds ir mūsu darbības virziens, mērķis?”. „Taču tai jābūt tik skaidri definētai un pamanāmai, ka tā kļūst par institūcijas produktu, uzvedības un darbību mērlenti.” (Olins, 1996, 7) Respektīvi, visam, ko uzņēmums dara, jābūt kā identitātes apliecinājumam. Piemēram, pakalpojumiem, ko uzņēmums piedāvā, jānorāda uz tā standartiem un vērtībām. „Identitātei jābūt redzamai, taustāmai un visaptverošai.” (Olins 1996, 7) Teiksim, varam runāt par korporatīvās komunikācijas materiāliem – „no reklāmas līdz instrukcijām – visam jābūt konsekventi un kvalitatīvi izstrādātam, lai precīzi un godīgi atspoguļotu organizācijas darbību pēc iespējas labvēlīgāk. Visi šie elementi ir taustāmi, pārdomāti.” (Hatch un Schultz 2004, 442) Līdzīgi būtiska nozīme varētu būt arī ēkām, kurās tiek sniegti pakalpojumi: jāpievērš uzmanība, piemēram, to lokācijai, eksterjera un interjera dizainam, uzturēšanas kvalitātei – tās visas ir korporatīvās identitātes manifestācijas jeb izpausmes komponentes. Organizācijas vizuālais dizains, noformējums būtu salīdzināms ar spoguļi. „Tas ļauj organizācijas locekļiem redzēt sevi savu darbību kontekstā. Šie attēli un dizaini, ko organizācija rada tirgus vajadzībām, konkurētspējai ir tās pašas identitātes izjūtas, interešu un uzstādījumu projekcijas.” (Morgan 1997, 258–259) Tās atspoguļo organizācijas izpratni par sevi.

Pārdomu vērtā ir ideja, ka korporatīvā identitāte var būt indikators tam, vai institūcija ir centralizēta vai decentralizēta. „Ja organizācija ir izvietota piecās ēkās, kur katru saista viens nosaukums, krāsu kodi, simboli, tā par sevi paudīs centralizētu ideju. Taču, ja katrai ēkai ir savs dizains, krāsu kodi, kopējā identitāte kļūst daudzšķautņaināka.” (Olins, 1996, 78) Situācija, kāda aprakstīta pirmajā gadījumā, bija aktuāla LNB vēsturiskajos namos. Rezultātā, bibliotēkas apmeklētājiem bija izveidojies priekšstats, ka tās ir piecas dažādas bibliotēkas, turklāt vizuālais priekšstats bija tik spēcīgs, ka 2015. gadā rodas problēmas Gaismas pili identificēt kā LNB daļu, jo jaunā ēka nav sena.

Kā noskaidrots iepriekš, korporatīvā identitāte pauž uzņēmuma vērtības un ambīcijas, tās uzņēmējdarbības modeli un rakstura iezīmes. Teorētiķis Žirī Urbans (*Urban*) norāda, ka šim identitātes veidam ir četras funkcijas (Urban 2006, 6– 7):

1. Nodrošināt organizācijas pamanāmību un atpazīstamību. Organizācijām vitāli svarīgi ir panākt to, ka indivīdi par tām zina, un atceras to nosaukumus un darbības virzienus. Šajā gadījumā labi var izmantot sociālos tīklus „Twitter”, „Facebook” vai „Youtube” ievietojot vislabāk vizuālus materiālus ar atsaucēm uz bibliotēkas oficiālajiem krāsu vai vizuālajiem

kodiem, tādējādi radot sajūtu, ka institūcija ir „dzīva”, mūsdienīga un klātesoša, tāds ir arī tās tēls.

2. Simbolizēt organizāciju ārējām auditorijām, tādējādi sniedzot ieguldījumu tēla un reputācijas attīstībā.
3. Atspoguļot organizācijas struktūru, vizualizējot tās darbības un attiecību saskaņotību starp dažādu nodaļu darbiniekiem.
4. Kopīgu mērķu, darbības vadlīniju, vizuālo kodu, morāli simpātisku vērtību veidā palīdzēt darbiniekiem identificēties ar organizāciju.

Vairāki autori piedāvā nošķirumu starp korporatīvās identitātes t.s. vizuālo un stratēģisko skolu. Pirmā minētā, kā jau zināms, fokusējas uz redzamām un taustāmām uzņēmuma izpausmēm un par to ietekmi uz vadības, uzvedības, korporatīvo ideju, struktūras manifestācijām. Turpretī stratēģiskā skola, līdzīgi kā organizācijas identitātes gadījumā, fokusējas uz uzņēmuma centrālajām idejām (vīzija, misija, filozofija). (Schultz, Hatch un Larsen 2000 13–14)

Uzņēmumi un organizācijas arvien ciešāk un pamanāmāk iekļaujas sabiedrībā, kas savukārt rada aizvien stingrākus secinājumus par to rīcību. Spēcīga, noturīga un uz pilnveidošanos vērsta identitāte, komunicēta caur tēlu, var būt priekšnoteikums, lai mainītu sabiedrības attieksmi pret bibliotēkām – tās kļūtu par laikmetīgiem attīstības centriem. Tomēr organizācijas aktivitātes, fakts, kā bibliotēkas „uzvedas”, ir nedalāmi saistīts ar identitāti, būtības veselumu.

Tomēr, „kaut arī organizācijas un korporatīvās identitātes jēdzieni pārstāv dažādas perspektīvas, kas vērstas uz individuālām auditorijām un izmanto atšķirīgus komunikācijas kanālus, šie koncepti nereprezentē nesavienojamus fenomenus.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 19–20) Tā vietā, lai izvēlētos starp vienu vai otru identitātes veidu, tās iespējams apvienot vienā vispusīgā un konceptuāli ietilpīgā organizācijas identitātes perspektīvā. Šajā sakarā iepriekšminētie autori ierosina aplūkot identitāti no visu potenciāli iesaistīto pušu skatupunkta – tie ir vadības pārstāvji (stratēģija), apmeklētāji (mārketing), darbinieki un citas puses (komunikācija). Tiesa, „formulējot šo paplašināto jēdzienu, nākas pievērsties kādam citam ar identitāti saistītam elementam – tēlam” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 19–20), kas ir ārējo iesaistīto pušu iespaidu un priekšstatu kopums.

1.3. Bibliotēku identitāte

Bibliotēkas ir aplūkojamas kā pēc konkrētiem darbības kritērijiem strukturēti un organizēti kolektīvi, organizācijas. Līdz ar to ir būtiski noskaidrot, kādas specifiska identitātes tiek piedēvētas konkrēti šīm institūcijām, nevis vienkāršoti pārnest vispārīgas organizācijas identitātes pazīmes bibliotēkām. Teorētiskajos materiālos pieejami apraksti par bibliotēku identitāti formējošām iezīmēm – misiju, vērtībām, pamatfunkcijām, izpausmēm –, taču šī informācija veidota galvenokārt no bibliotēkzinātnes skatupunkta (ietver specifisku nozares terminoloģiju un dalījumu bibliotēku veidos). Turpmākajā tekstā tiks sniegts vispārīgs bibliotēku iezīmju raksturojums.

„Bibliotēkas ir sabiedrības zināšanu bāze un sociālās saskarsmes centrs,” šādu apgalvojumu piedāvā LU profesore Baiba Sporāne, argumentējot, ka to apliecina vēsturiskie pētījumi par Romas impērijas attīstības likumsakarībām. „Romā, kur bija augsti attīstīta pilsētplānošana un politiskās ietekmes izplatīšanas koncepcija, pilsētās, kas iezīmēja impērijas robežas, tika noteikts: pilsētas centru veido pirts, valdības ēkas, veikali, atklātais nams un bibliotēka.” (Sporāne 2002, 64) Tādējādi bibliotēkām sabiedrības, komunikācijas un izglītības sistēmā jau izsenis piemīt vitāli nozīmīga loma. Daudzie resursi un pakalpojumi, ko tās piedāvā, palīdz cilvēkiem veikt darbu, mācības, kā arī brīvā laika aktivitātes. „Līdz ar to šīs organizācijas ir vienas no nozīmīgākajām un noderīgākajām sabiedrības kultūras institūcijām, jo tās nodrošina pieeju zināšanām un informācijai, kas uzkrāta vēstures laikā.” (Brophy 2007, 21) Galvenie iepriekšminētā atslēgvārdi, bibliotēku identitātes sastāvelementi ir komunikācija, izglītība, informācija un zināšanas.

„Vācijas Bibliotēku savienības federālās apvienības uzdevumu aprakstā norādīts: bibliotēka ir gan informācijas, gan komunikācijas centrs, gan mācību, spēļu un satikšanās vieta, gan tirgus laukums visplašākajā nozīmē.” (Ozoliņa 2005, 416) Šādu būtības un izpausmju daudzpusību gadsimtu gaitā ieguvušas bibliotēkas. Primāri to uzdevums jeb misija ir „veidot, sistematizēt un uzglabāt dažādu informācijas materiālu kolekcijas – kolektīvās atmiņas un kultūras mantojumu –, un ar to izglītības un izklaides nolūkos nodrošināt ikvienu sabiedrības locekli gan šodien, gan nākotnē.” (Ozoliņa 2005, 411) Vienlaikus bibliotēkas spēlē nozīmīgu un aktīvu lomu lokālās, reģionālās un nacionālās sabiedrības attīstībā. „Tās rada plānus un rīko kultūras aktivitātes katrai vecuma grupai, modernizē indivīdu IKT prasmes, lai apmierinātu gan personu, gan visas sabiedrības nepieciešamības.” (Larsen 2010, 68) Līdz ar to kā ļoti nozīmīgs izriet sabiedrības izglītotāja un sociālā atbalsta sniedzēja identitātes aspekts. Turklāt –

„bibliotēkas atspoguļo dažādus sabiedrības sociālo normu un vērtību „produktus”. (Tās ir vienas no pamata sociālajām iestādēm, kas veido priekšnoteikumus liberālām demokrātijām.”) (Hansson 2010, 7)

Lielbritānijas bibliotekārs Maikls Gormens (*Gorman*) ir atjauninājis bibliotēku darbības pamatprincipus, piedāvājot „ilgstošas vērtības”, kas iekļaujas kopējā bibliotēku darbības misijā (Mcmenemy 2009, 41): informācijas pārvaldniecība; intelektuālā brīvība, pieejamība, lasītprasmes un izglītības nodrošināšana; racionālisms; demokrātija. Savukārt LU Zinātnisko rakstu 646. sējumā par bibliotēku un sabiedrību minēts, ka „bibliotēkas misija, uzdevums, būtība izpaužas nepieciešamībā savest kopā indivīdus un zināšanas ar mērķi – lai šīs zināšanas radītu garīgu, intelektuālu, ekonomisku un sociālu labumu.” (Sporāne 2002, 62)

Mūsdienās bibliotēku pakalpojumi un iespējas ir daudzveidīgākas nekā jebkad agrāk. „Tās no informācijas atbalsta institūcijām kļūst par satura veidotājām. Izglītība, lasītprasme un sabiedrības locekļu integrācija notiek pilnīgi jaunā veidā – bibliotēkas sāk kļūst par institūcijām „bez sienām” – funkciju ziņā tās izplešas.” (Larsen 2010, 45) Par to raksta arī B. Sporāne, norādot, ka „tradicionālās funkcijas informācijas, izglītības, kultūras un izklaides jomā paplašinās. Bibliotēkām, tostarp Latvijā, ir jauni darbības mērķi – kļūt par daudzfunkcionāliem centriem ar integrētiem bibliotekārajiem procesiem, kas spēj nodrošināt pieeju sakārtotām zināšanām.” (Ozoliņa 2005, 411) Ne velti mūsdienu informācijas sabiedrībā bibliotēkām tiek izvirzītas šādi galvenās būtības aspekti (Ozoliņa 2005, 417): kultūras centrs, izglītības un tālākizglītības centrs, galvenais vietējās sabiedrības informācijas centrs, sociālais centrs. Respektīvi, „bibliotēkas sniedz neformālas starpnozaru konsultācijas, ir mācību un aktivitāšu punkts. Bibliotēka piedāvā bagātīgus resursus: bezmaksas tikšanās vietu, jaunākās IKT (digitālā identitāte), zināšanas, apmācības, piederības sajūtu un savstarpēju uzticēšanos starp vietējiem iedzīvotājiem.” (Larsen 2010, 68) Kopienas centri var veicināt arī iedzīvotāju integrāciju un līdzdalību. Tāpat bibliotēkas iesaistās plašās sociālās aktivitātēs – „sākot ar aktīviem mācību centriem, pārvarot digitālo plaisu, turpinot ar palīdzības sniegšanu mājasdarbu pildīšanā vietējo etnisko minoritāšu bērniem. Viss norit vienā ēkā.” (Larsen 2010, 92) To jaunās lomas un formas iedvesmo. Kā par piemēru iespējams minēt „Ideju veikalus” Londonā un Toronto Publisko bibliotēku. Tagad uzmanība tiek veltīta organizāciju aprīkošanai ar multimediju ierīcēm, spēļu stacijām, interneta piekļuves punktiem un pat *espresso* automātiem. „Grāmatplaukti ir mobili, lai bibliotēkas telpu ērti varētu pārveidot par norišu vietu. Bibliotēkas uzsāk plašas aktivitāšu

programmas, lai demonstrētu pakalpojumu daudzveidību un iesaisti, kā arī piedāvājumu mūžizglītības, kultūras, mākslas jomās.” (Larsen 2010, 46–68)

Lūkojoties no bibliotēku nozares leņķa, bibliotēkas jau kopš to pirmsākumiem darbojušās kā zināšanu izplatītājas. Sabiedrība rada šo zināšanu tālākas efektīvas izmantošanas iespēju, kas rezultatīvi īstenojas gan kultūras, gan ekonomikas, gan sociālajās jomās un veicina gan atsevišķu cilvēku, gan visas sabiedrības attīstību. (Sporāne 2002, 62) Tās pēc būtības ir informācijas veidošanas un pieejamības nodrošināšanas institūcijas, kas rūpējas par sabiedrības izglītību, pilnveidi un kultūras zināšanām un pieredzi. Tām ir izteiksmīga sociālās atbildības funkcija, kas paredz nodrošināt iedzīvotājiem bezmaksas tikšanās vietu, dažāda veida izglītojošas apmācības, atpūtas vidi un dažādu paaudžu vai tautību integrācijas centru. Ja primāri bibliotēkas pašpozicionējas kā informācijas krājuma glabātājas, tad mūsdienās šo identitātes šķautni papildina laikmeta diktēti attīstības un iespēju elementi.

2. ORGANIZĀCIJAS TĒLS

„Tēls ir publiska interpretācijas procesa rezultāts; vēsturiski pamatots, relatīvi ilgstošs un nākotnē orientēts priekšstats, kas tiešā veidā saistīts ar organizācijas, uzņēmuma, aktora, notikuma vai vietas uztveri.” (Buss 2006, 88) Neformāli tēla jēdziens būtu definējams kā mērķtiecīgi veidots SA „galaprodukts” vai nereti arī – „blakusprodukts” –, kas atrodas mijiedarbībā ar sabiedrības vai konkrētu auditoriju izpratni, interpretācijām, zināšanu, aizspriedumu līmeņiem un tam piešķirtajām ārējām nozīmēm par objektu. Kaut arī tēls ir plūdens jeb mainīgs, fleksibls, un organizācija var radīt tēlus, kas atbilst tās identitātei un korporatīvajiem uzstādījumiem, tomēr to sociālā atšifrēšana ir atkarīga no publiskā viedokļa, zināšanām un konteksta. Tiesa, jāņem vērā, ka šis viedoklis un izpratne var veidot saskaņu tikai ar ļoti ierobežotu patiesā tēla daļu. Piemēram, ja indivīdu zināšanas par bibliotēkām, to pakalpojumiem un funkcijām mūsdienās saistās tikai ar seniem namiem, grāmatām, neintrigējošām lekcijām un statiskām izstādēm (kā tas nereti bijis pagātnē), patiesais, pašreizējais tēls, lai cik veiksmīgi producēts, izmantojot SA instrumentus un medijus, pilnībā netiks atsegts, un šādi paveras stereotipu izpausmes iespējas. Taču gadījumā, „kad indivīds tieša kontakta ceļā (piemēram, apmeklējot bibliotēku klātienē) iegūst pilnvērtīgu, vēl neiepazītu bibliotēkas izmantošanas iespēju pieredzi un priekšstatus par tās laikmetīgajiem veidoliem, tēla uztvere kļūst detalizētāka, pilnīgāka, atbilstošāka patiesībai.” (Prins 1995, 17)

Līdzīgi kā identitātes gadījumā, arī runājot par tēla jēdzienu, tas aplūkojams gan no organizāciju, gan korporatīvās (saikne ar uzņēmējdarbību, mārketingu) izpratnes skatupunkta. Taču, tā kā šīs abas izpratnes tiek attiecinātas uz vienu konceptu un to definējumos konstatējama pārklāšanās, turklāt šajā pētījumā akcents tiek vērsts uz organizācijām, arī tēla teorijas izklāsts tiks veidots caur organizācijas izpratnes prizmu. Turpmākajā tekstā tiks skaidrots, kādas ir tēla definīcijas, darbības mehānismi, funkcijas, veidi, un ko paredz viena no sociālo zinātņu laukā respektablākajām tēla teorijām – Klusa Mertena (*Merten*) konceptuālā nostādne.

2.1. Tēla definīcijas

Ikdienas pasaulē mēs atrodamies nepārtrauktā tēlu „ielenkumā”. Tie ir dažādi – sastopami un redzami reklāmās, laikrakstos, internetā, televīzijā, datorspēlēs. Publisko telpu ieskauj, piemēram, arhitektūras dizaini, radošu interjeru izpausmes, ainavas, skulptūras, krāšņi lielveikali, dažādas zīmes, norādes un lieli video ekrāni. Bet vienlaikus par tēliem varam runāt arī „mazāk

taustāmos” veidos. Teiksim, uzņēmumi pauž savu būtību, imidžu un veido konkurenci, pateicoties mērķtiecīgi radītām un vadītām asociācijām ar zīmoliem. „Ar tēlu mēs ne tikai aprakstām, kā kaut kas izskatās vai kādu nozīmi, jēgu iemieso, bet šādi mēs varam uzzināt, kādus efektus var radīt tēls, kā tie (tēli) atšķiras un kādās praksēs un kontekstos tie ir izmantojami.” (Manghani 2013, 17)

Kaut arī termina „tēls” (angļu val.: *image*) izcelsme saistāma ar 20. gs. 50. gadiem, galvenokārt ASV, skaidrojošās vārdnīcas uzrāda, ka tā morfoloģiskais un semantiskais pamats meklējams jau „12. un 13. gs. Itālijā un Francijā – latīņu valodā radniecīgie vārdi „*imago*” jeb attēls un „*imitari*” (*kopēt* vai *imitēt*)” (Vocabulary.com 2015; Dictionary.com 2015) ir mūsdienu izpratnes par tēla konceptu „priekšgājēji”. Latviešu valodā no angļu valodas tulkotais vārds „*image*” jeb „tēls, imidžs” var tikt skaidrots kā „personas, cita aktora (organizācijas), lietas vai parādības mentāla reprezentācija, portretējums, piešķirot tam individuāli radītas vai aizgūtas nozīmes un interpretācijas.” (Webster 1993, 578) Tas ir kā impulsu un iespaidu kopums, ko piedzīvo un uztver indivīds, un, kā norāda mārketinga pētnieks Greiems Daulings (*Dowling*), „caur to iespējams identificēt kādu konkrētu subjektu (objektu), izmantojot personas iepriekšējās pieredzes (vēstures), uzskatu, ideju, jūtu mijiedarbības rezultātu par aplūkojamo objektu.” (Kitchen 2000, 113)

Vienu no konceptuāli ietilpīgākajām un populārākajām tēla definīcijām piedāvā socioloģijas un psiholoģijas profesors Reinholds Berglers (*Bergler*), proponējot, ka „tēls ir vienkāršots, pārnoskaidrots un vērtējošs priekšstatu kvazispriedums (respektīvi, šķietams), kas nepazīst spēkā esamības robežas un empīriski nav pietiekami nodrošināts.” (Skudra 2010, 1) Šo tēzi varētu papildināt ar domu, ka „tēls ir simbolisks un sabiezināts raksturlielumu kopums, kas veidots, no objekta iespējamo īpašību pārpilnības izraugoties dažas vienkāršotas, vizualizējošas vai tipizējošas pazīmes. Tēls vienmēr ir vienkāršāk veidots, nekā reprezentējamais objekts.” (Buss 2006, 89) Tādējādi, sekmējot vienkāršāku un saprotamāku dažādu priekšstatu uztveri, indivīdi tos pārveido tēlu vienībās. Aplūkojot iepriekšminēto bibliotēku kontekstā, to apmeklētāji un sabiedrība kopumā institūciju raksturošanai vai priekšstatu radīšanai nereti izmanto vienkāršotu vizuālu un stereotipisku novērtējumu, kas, triviāli runājot, „paredz”, ka, piemēram, bibliotēkas ir pagājušā gadsimta korporatīvā dizaina, iespēju, pakalpojumu un kultūras nemainībā iekapsulējušās grāmatu krātuves, izvietotas vecās, masīvās dzīvokļu, banku, konservu rūpnīcu vai kultūras namu telpās. Paradoksāli, ka stereotipi, ko varētu dēvēt par nepietiekami pamatotiem

spriedumiem, tiek aizstāvēti ar lielu pārliecību. Iespējams, tas skaidrojams ar nepietiekamu bibliotēkas apmeklējumu pieredzi.

Jāapzinās, ka tēls ir atkarīgs no dažādiem komunikācijas un informācijas avotiem. Būtiska nozīme ir personas pieredzei, kas gūta, piemēram, gan bērnībā (vēsture), gan izglītības iestādēs, informatīvos materiālos, gan, uzklusot radu un paziņu viedokļus. Protams, mediji, iespējams, ir paši spēcīgākie tēla nostiprinātāji, taču vienlaikus jāņem vērā arī no paaudzes paaudzei nodotie priekšstati, papildināti ar aizspriedumiem. Tātad nebūtu korekti sacīt, ka tēls pakļaujas racionāliem aprēķiniem: „tā izpausme vai piešķiršana galvenokārt nav argumentēta, tādēļ iespējams balstīties tikai uz subjektīviem, vienkāršotiem un daļējiem atzinumiem, spriedumiem.” (Luhmann 1973, 83) Tomēr – daudzveidīgākas pieredzes gadījumā tēls tiek atkodēts precīzāk. Šeit gan jāpiebilst, ka vitāli „nozīmīga loma tēla koncepta izpratnē ir arī tā veidotājam, „valdītājam” vai īpašniekam (*possessor*), kurš to var ietekmēt un vadīt, izmantojot SA instrumentus un aktivitātes.” (Kunczik 1997, 39) Līdz ar to tēls primāri ir mērķtiecīgs veidojums. Vienlaikus pārdomas rosinošas tēzes piedāvā publiciste Sandra Veinberga: „Lielai daļai cilvēku tēla veidošana asociējas ar manipulāciju, ar kādas nepatiesas lomas spēlēšanu, panākot asimetrisku komunikāciju. Respektīvi, sabiedrība nav sajūsmā par faktu, ka publiskas organizācijas vai indivīdi spēlē lomas, nevis atspoguļo sevi patiesā gaismā.” (Veinberga 2004, 195) Diskutabla un neviennozīmīga ir ideja, ka mērķtiecīgi radīts imidžs, kas var būt klišejs, pārspīlēts, uzspēlēts, rosina pozitīvāku iespaidu nekā „patiesā seja”.

Dažādu sociālo zinātņu pētnieku izpratnēs par organizācijas tēlu fiksējami gan saskarsmes, gan atšķirību punkti. Šajā gadījumā izceļami trīs definējumi (*Ajayi, Oyeneeye, Marken*) (Iheme 2013):

- organizācijas tēls ir visu iespaidu par uzņēmuma pakalpojumiem, produktiem, attieksmi, uzvedību, sociālo atbildību un atsaucību summa, kas mijiedarbojas ar viedokļiem par savstarpējo interakciju ar dažādām auditorijām;
- uzņēmuma tēls ir profesionālās sadarbības rezultātā radīts iespaidu, sajūtu vai atzinumu kopums;
- tēls ir visu organizācijas mērķu, plānu summa un to īstenošanas veida atspoguļojums sabiedrībā.

Socioloģijas pētnieks Eugens Buss (*Buss*) skaidrojis, ka „tēls ir pieturpunkts, lai orientētos tirgū (šeit: apkārtējā vidē, sabiedrībā), tas ir informācijas avots organizācijas atzīšanai vai noliegšanai, lojalitātei vai noraidījumam, piederību apliecināšanai vai izslēdzošs kods. Tēls ir

kritērijs organizāciju novērtējumā.” (Buss 2006, 88) Apliecinot iepriekšpausto, izmantojams ekonomista un sociālo procesu analītiķa Keneta Boldinga (*Boulding*) 1956. gadā rakstītais, kas nosaka, ka „sabiedrības attieksmi pret kādu konkrētu uzņēmumu drīzāk veido subjektīvi priekšstati, nevis tā faktiskās īpašības. Par atzīšanu vai noliegšanu mums liek izšķirties nevis konkrēts produkts vai zīmols, bet gan par to radītais tēls, priekšstati.” (Buss 2006, 89) Proti, produkta vai pakalpojuma vērtība tiek radīta caur priekšstatiem.

Teorētiskajā literatūrā vairākos gadījumos sastopams uzstādījums, ka ārēji noformētajam tēlam ļoti liela nozīme ir organizācijas locekļu vidū, jo tas ir cieši saistīts ar viņu individuālo raksturu, identitātēm. Tādējādi, „ja tēls tiks uzlūkots negatīvi, tas atstās negatīvu iespaidu arī uz darbiniekiem. Savukārt, ja tēls tiks novērtēts kā pozitīvs, tas kalpos kā indivīdu motivācija.” (Questia 2015). Piemēram, LNB darbinieki institūciju, tās sasniegumus vai neveiksmes personificē ar sevi, un šīs personifikācijas un viedokļus pārņem arī novadu bibliotēku darbinieki. Konkrētā situācija iezīmē, cik nozīmīgs ir institūcijas darbs ar iekšējās un ārējās komunikācijas attīstīšanu, lai uz āru vērstais tēls saskanētu ar indivīdu emocijām, vienlaikus – tam jāatstāj pozitīvs iespaids arī uz sabiedrību. Filips Kičens (*Kitchen*) piedāvā viedokli, ka „organizācijas tēls veidojas brīdī, kad informācijas saņēmējs, indivīds mijiedarbojas ar organizāciju, tās interešu un iesaistītajām grupām. Tās veido mentālu organizācijas, tās produktu/pakalpojumu attēlojumu, kam nozīmi piešķir sabiedrība.” (Kitchen 2000, 113)

Vēsturnieks un tēla speciālists Daniels Būrstīns (*Boorstin*) ir klasificējis sešas tēlu raksturojošas iezīmes: „sintētiskums, ticamība, pasivitāte, spilgtums, vienkāršojums un ambiciozitāte”. (Boorstin 1992, 185–194)

1. Tēls ir sintētisks jeb veidots mākslīgi, ar īpašu nodomu. Tas ir plānots – radīts, lai pildītu konkrētu uzdevumu un sekmētu noteiktu iespaidu. Šāds tēls visbiežāk pamanāms politiķu aprindās, lai paaugstinātu atbalstītāju no tautas uzticības koeficientu.
2. Tēls ir ticams – tēls ir veiksmīgs, ja indivīdi tam tic. Visefektīvākie tēli parasti ir tie, kuru ticamības līmenis ir speciāli konstruēts.
3. Tēls ir pasīvs – tā kā tēlam jābūt saskanīgam ar realitāti, tā veidotājam (organizācijai) jācenšas pielāgoties tēlam, nevis tiekties uz to. Iesākumā tēls līdzinās uzņēmumam, taču pakāpeniski uzņēmums kļūst līdzīgs tēlam. Ja bibliotēkas rada tēlu, ka tajās strādā daudz jaunu cilvēku, arī bibliotēkai kā institūcijai ar savām aktivitātēm, pasākumiem un komunikāciju jāpieskaņojas jauneklīgumam, vadībai jāatbalsta progresīvas idejas.

4. Tēls ir spilgts un konkrēts – tas bieži vien vislabāk kalpo savam mērķim, vēršoties pie indivīdu sajūtām. Lai radītu spilgtu un noteiktu, piemēram, institūcijas „portretējumu”, no tās daudzajām īpašībām nepieciešams izvēlēties visizteismīgākās. Gaismas pils gadījumā tiek apelēts pie nacionālām jūtām, bibliotēkas projektu no tā pirmsākumiem nostādot kā tautas nacionālās pašapziņas modinātāju, gara un prāta „gaismas” (vieduma, gudrības), intelektuālās brīvības simbolu.
5. Tēls ir vienkāršots – tam jābūt vienkāršākam par objektu, ko tas reprezentē, citkārt tas var kļūt banāls. Visefektīvākais tēls ir vienkāršs un atšķirīgs, to ir viegli iegaumēt.
6. Tēls ir ambiciozs. Tas atrodas starp iztēli un sajūtām, cerībām un realitāti. Tēlam jābūt ambiciozam un jāpiemērojas neprognozējamiem nākotnes mērķiem un gaumes maiņām – tam jāatbilst dažādu cilvēku dažādām vēlmēm, vērtībām, uzskatiem.

D. Būrstīns arī pauž uzskatu, ka „tēls ir pseidoideāls, un pseidonotikums faktoloģiskajā pasaulē ir vienlīdzīgs tēlam vērtību pasaulē. Tēlu var uzlūkot kā mākslīgu, jo tas ar nodomu tiek radīts kādam īpašam mērķim” (Boorstin 1992, 186) galvenokārt stratēģiski pārdomāta iespaida radīšanai. Autoram piekrīt arī S. Veinberga, norādot, ka „reālajā dzīvē aizvien lielāku vietu sāk ieņemt pseidoaktivitātes un pseidoefekti, kuri tiek speciāli organizēti un ir īpaši spoži un emocionāli imperatīvi, kas mediju ziņojumos pārtop „notikumos”.” (Veinberga 2004, 193) Pēc D. Būrstīna domām, labs imidžs nenozīmē tikai pārdomātu un vizuāli simpātisku zīmolu, dizainu, saukli vai logotipu, bet tas jāuzlūko kā vispusīgi izkopts personas, organizācijas, produkta vai pakalpojuma personisks pozicionējums.

Rezumējot jāteic, ka primāri tēls tiek definēts kā „indivīda vēsturiskās zināšanās un pieredzē pamatots, ilgstošs, vērtējošs un tipisks priekšstats, kas ir koncentrēts simboliskos un identitāti piešķirošos atveidos un mobilizē vai aicina uz konkrētu darbību.”(Buss 2006, 89) Respektīvi, tēls nav fizisks lielums, bet gan tā uztvērēja „asociācijas, domas, jūtas un iztēles produkts, redzot tēlu iemiesojošo subjektu, tā nosaukumu vai simbolu.” (Stašāne un Zitmane 2012) Tai pašā laikā tas ir pakļāvīgs ārējām pārmaiņām (viedokļu sociālo kontekstu un pieredžu dažādībai) un uzskatiem. Kaut arī tas ir subjekts (paštēls), ko rada, projicē organizācija, tēlu uztver un interpretē, tātad – pārmaina jeb rada no jauna – sabiedrība. Ņemot vērā šo dualitāti, varam teikt, ka tēls ir organizācijas un ieinteresēto pušu divvirziena komunikācijas un uztveres galaprodukts.

2.2. Tēlu klasifikācija

Komunikācijas zinātnes laukā ir izplatīts ieteikums, ka „komunikatoriem un organizācijām jābūt jūtīgām pret auditorijām – proti, abām pusēm jāpārzina, kuras auditorijas viņi uzrunā, un jādara tas tieši, pielāgojot vēstījumus (un tēlus) tā, lai tie rezonētu ar mērķgrupu uzskatiem un pieredzēm.” (Price, Gioia un Corley 2008, 174) Tomēr ikvienas organizācijas vidē pastāv dažāda veida tēli, kurus veidojis gan pats uzņēmums, gan sadarbības partneri, gan arī citi ārējie aktori un ieinteresētās grupas. Īpaši jāpatur prātā, ka arī tādas ārējās auditorijas – informācijas izplatītāji – kā mediji, konkrēto nozari pārvaldošās politiskās vai valsts institūcijas (piemēram, valdība vai ministrija) un konkurenti konstruē un izplata organizācijas tēlus, kas balstīti informācijā, uztverē un interpretācijās, ko iepriekšminētās auditorijas saņem vai izveido, saskaroties ar organizāciju. Latvijas kontekstā jāreķinās ar tēliem, ko bibliotēkām rada: gan MK un KM (caur kultūrpolitikas dokumentiem) un valsts augstāko amatpersonu publiskajā telpā paustajiem viedokļiem; gan dažādi orientēti mediji (Latvijas Radio, Latvijas Televīzija, „Latvijas Avīze” – nacionālas ievirzes, patriotiska, atbalstoša informācija, tēli ir patiesi – *versus* „Pietiek.com”, „TVNET”, „PBK” – bibliotēku vēstījumi tiek interpretēti atbilstoši redakciju, kas, iespējams, neatbalsta šādu institūciju lietderību, vēlmēm), kuriem piemīt dažāds lojalitātes līmenis; gan tādas auditorijas kā lasītāji, publisko pasākumu apmeklētāji, korporatīvie klienti, partneri. „Gadījumos, kad organizācija cenšas komunicēt ar noteiktām, segmentētām auditorijām (izmantojot tām pielāgotus tēlus), tā nejauši, neapzināti var radīt plašāku, iepriekš neatklātu paštēlu klāstu.” (Price, Gioia un Corley 2008, 173) Piemēram, LNB ar dažādiem vēstījumiem uzrunā esošos lasītājus, potenciālos lasītājus, akadēmiskā lauka pārstāvjus, kultūras jomas interesentus, jauniešus, cenšoties pielāgoties to interesēm. Līdzīgu piemēru izmanto arī LPB. Šādi rodas dažādas interpretācijas par bibliotēku būtībām, norādot arī uz multipliem tēliem. Idealizētā variantā bibliotēkām būtu jāpiemīt vienotām identitātēm un vienotiem tēliem, neraugoties uz auditoriju dažādību. Komunikācijā ar tām, būtu jāmainās tikai vēstījumu formai, nevis institūcijas pozicionējumam. „Rezultātā rodas ne vienmēr saskanīgs iekšēju un ārēju tēlu un nozīmju spektrs, kas ne vienmēr saskanīgi artikulē uzņēmuma darbības jēgu.” (Price, Gioia un Corley 2008, 175) Šādā situācijā pastāv daudzi radītie tēli (izpausmes) un saņemtie(iespaidi), kurus būtu nepieciešams saskaņot.

Komunikācijas zinātnes teorētiķi piedāvā vairākas tēlu klasifikācijas vai tipoloģijas sistēmas, taču divas visbiežāk citētās pieder Frenkam Džefkinam (*Jefkins*), kā arī Kristīnai Praisai (*Price*), Denisam Gioiam (*Gioia*) un Kevinam Korlejam (*Corley*).

Pēc F. Džefkina uzskatiem, organizācijas tēlus var klasificēt sešos veidos: spoguļa, pašreizējais, vēlamais, daudzveidīgais, optimālais, korporatīvais tēls. (Baines un Jefkins 2000, 97–99)

- Spoguļa (*mirror*) tēls – tas atspoguļo priekšstatus un uzskatus (identitātes), kas par konkrēto organizāciju rodas un piemīt tās locekļiem, kuri savukārt uzskata, ka šādu tēlu atšifrē arī ārējās auditorijas. Tiesa, tas var izrādīties iluzors, jo nav garantiju, ka abām pusēm par vienu organizāciju ir vienoti uzskati.
- Pašreizējais (*current*) tēls – atveidojums, kas nosaka, kā organizāciju uzlūko ar to nesaistītas ārējās auditorijas. Šo tēlu veido zināšanas vai informācija (un tai piešķirtās interpretācijas, nozīmes), kas sabiedrībai par uzņēmumu pieejama. Interesanti, ka dažādās auditorijās pašreizējie tēli var atšķirties, jo katram cilvēkam iepriekšējā pieredze saskarsmē ar konkrēto organizāciju var būt citādāka.
- Vēlamais (*wish*) tēls – tas attiecas uz idealizēto tēlu (un identitāti), kādu organizācija nākotnē vēlētos izveidot. Vēlamais tēls ir saistīts ar kādu jauninājumu (struktūrvienību, produktu, pakalpojumu, ēku), par ko auditorijai pagaidām vēl nav zināšanu. Galvenokārt organizācijas vēlas radīt iespaidu un tēlu, kam iespējams uzticēties. Šis tēla veids ļoti atbilst bibliotēku vēlmēm sevi pozicionēt kā mūsdienīgus kultūras un iespēju centrus.
- Daudzveidīgais (*multiple*) tēls – ar šiem tēliem organizācija var tikt asociēta tās locekļu attieksmju un uzvedību daudzveidības, nekoncekvences dēļ. Tēli, kādi piemīt organizācijas locekļiem, ikkatram ir individuāli un unikāli. „Personas uzskati savukārt var atšķirties no organizācijas kolektīvās identitātes, kas reprezentē indivīda uzskatus par organizāciju.” (Questia, Dutton un Dukerich 2015) Šāda situācija var kaitēt uzņēmuma darbībai, jo rada pretrunas vienotā darba vai apkalpošanas kultūrā. Piemēram, LNB apmeklētājs gūst nepatīkamu pieredzi ar bibliotēkas garderobisti viņas nelaipnās attieksmes dēļ, kā rezultātā lasītājs arī ar iestādes tiešajiem pakalpojumiem saistītajiem darbiniekiem piešķir šādas uzvedības un attieksmes birkas. Turklāt tās tiks attiecinātas arī uz citu bibliotēku pārstāvjiem. Risinājums varētu būt stingrāku korporatīvo noteikumu, iekšējās darba kultūras etiķetes ieviešana, taču jāņem vērā, ka cilvēki rīkojas, vadoties pēc subjektīviem apsvērumiem par pareizu vai nepareizu rīcību.
- Optimālais (*optimum*) tēls – šī tēla mērķis ir izveidot pēc iespējas precīzāku priekšstatu par organizāciju, produktu vai pakalpojumu, tādējādi cilvēkiem, kuri ar konkrēto organizāciju saskaras pirmoreiz, būtu vispārīga skaidrība, ar ko un kāpēc tas nodarbojas.

- Korporatīvais (*corporate*) tēls – organizācijas kopējais tēls, kas ietver korporatīvo kultūru, politiku (tostarp sociālās atbildības), aktivitātes, produktus, pakalpojumus, sasniegumus. Šo tēlu veido uzņēmuma vadība, un to varētu definēt kā tiešu organizācijas/korporatīvās identitātes atspulgu.

Savukārt K. Praisā, D. Gioia un K. Korlejs tēlus kategorizē trīs veidos (projicētais, atstarotais, pārtvertais tēls), vadoties pēc to skatupunkta. Dažādi informācijas izplatītāji šo tēlu pārklājuma lauku mēdz „izstiept”, cenšoties sasniegt dažādas auditorijas. (Price, Gioia un Corley 2008, 175)

Kā jau minēts iepriekš, organizācijas apzināti rada un projicē specifiskus tēlus noteiktām auditorijām, lai ietekmētu to locekļus pieņemt konkrētu priekšstatu par institūciju. „Šie ir pazīstami kā projicētie (*projected*) tēli, ar kuriem iespējams paust organizācijas identitāti.” (Price, Gioia un Corley 2008, 175) Tātad šajā kategorijā ir fiksējamas līdzības ar korporatīvo tēlu tipu. Autori norāda, ka visbiežāk organizācijas projicēto tēlu attiecina uz saviem uzskatiem par sevi. „Projicētie tēli atspoguļo organizācijas īpašības, lai uzlabotu kopējo prestižu, tādējādi radot pozitīvu ārējo iespaidu.” (Price, Gioia un Corley 2008, 176) Ņemot vērā šo aspektu, teorētiski projicētos tēlus varētu saistīt arī ar vēlamajiem nākotnes tēliem.

Turpretī atstarotais (*refracted*) tēls ir tāds, ko pārraida organizācijas vidē esošo ārējo auditoriju locekļi – tas visbiežāk izriet no organizācijas patiesā projicētā tēla, kas kalpo par ārējās interpretācijas pamatu. „Atstarotais tēls ir apzināts veidojums, bet tas zināmā mērā var atšķirties no oriģināli projicētā tēla. Vienlaikus atstarotais tēls, ārējo auditoriju ietekmēts, var atkal kļūt saskanīgs ar projicēto tēlu.” (Price un Gioia 2008, 211) K. Praisā un D. Gioia arī min, ka atstarotie tēli var apstiprināt vai noliegt projicētos tēlus, tādā veidā informējot organizāciju un tās locekļus par to, kā ārējās auditorijas uzlūko institūciju.

Savukārt pārtvertie (*intercepted*) tēli no projicētajiem un atstarotajiem atšķiras ar faktu, ka „tos definē tēla uztvērēji, nevis radītāji, sūtītāji.” (Price, Gioia un Corley 2008, 177) Neraugoties uz to, ka informācija ir tikusi korekti definēta un prezentēta, jāņem vērā auditorijai piemītošā uztvere un nostāja attiecībā pret bibliotēkām, tās profesiju pārstāvjiem. Piemēra pēc, jāmin fakts, ka Gaismas pils projekta attīstīšanas un celtniecības laikā aizvadīto 10 gadu laikā būtiskas pārmaiņas – infrastruktūru un IKT renovāciju – piedzīvojuši vairāki desmiti publisko bibliotēku. Informāciju, tostarp foto formātā par ēku revitalizāciju tika plaši tīrāžēta medijos. Tika atsegtas LPB gadu gaitā nolietotās telpas un iemūžināta to atjaunošana. Kaut arī šis process notika galvenokārt par dažādu privātu ziedotāju līdzekļiem, atsevišķām sabiedrības grupām šis fakts bija

sekundārs, līdz ar to tika pārtverta informācija par renovāciju, tālāk radot informāciju un tēlus par bibliotēkām kā „valsts naudas izšķērdētājām”. Turklāt, šie paši „fakti” tika „pievienoti” arī jaunajai LNB ēkai. Mūsdienās, kad ikvienam pieejami dažāda veida sociālie tīkli un citas elektroniskās platformas, kur pulcējas liels skaits lietotāju, tēlu pārtveršana un transformēšana ir ļoti aktuāla.

Aprakstīto dažādo tēlu esamības problēma ir sarežģīta, jo pastāv ļoti daudz tēla sūtītāju, ziņojumu un uztvērēju. „Izkaisītie tēli ir problemātiski, jo dažādi tēli bieži vien ir ārpus organizācijas kontroles fokusa.” (Price, Gioia un Corley 2008, 178)

1. pielikumā, 2.2.1. att. atspoguļoti trīs būtiskākie tēlu veidotāji (organizācija, ārējās auditorijas un organizācijas locekļi, kā arī ārējā vide jeb tirgus).

Tēlu klasifikācija iespējama dažādos veidos, taču vairumā literatūrā atrodamu gadījumu tiek izšķirti organizācijas pašradītie, kas vienlaikus ir arī vēlamie, tēli; ārējo auditoriju tēlu veidojumi jeb organizācijas sūtīto vēstījumu atstarojumi, atkodējumi imidžu kategorijās; vēlamie ideāli; subjektīvi daudzveidīgie tēli, kā arī pārtverto vēstījumu izkropļojumi. Visi šie dažādie tēli attiecas uz institūcijas iekšējām vai ārējām izpausmēm, turklāt tās ir dažādos formātos (verbālas, rakstītas, vizuālas, audiālas, virtuālas), kas savukārt var sarežģīt vienotu vēstījumu interpretāciju.

2.3. Klausā Mertena tēla teorija

Aplūkojot tēla koncepta mūsdienu izpratni un attīstību, Minsteres Universitātes (Vācija) komunikācijas zinātnes profesors Klaus Mertens norāda, ka īpaši būtiska loma tēlu radīšanā un izplatīšanā ir mediju pilnveidei. Viņaprāt, žurnālistikas joma aizvadīto 15 gadu laikā ir ieguvusi arvien lielāku realitātes konstruēšanas un informācijas būtiskuma definēšanas funkciju, pat privilēģiju. Turklāt tieši tēla konstrukcijas process notiek vidē, ko dēvē par iedomātu realitāti, kas savukārt panāk tēla nostiprināšanu publiskajā telpā. (Veinberga 2004, 195) Mediji sabiedrību nodrošina ar ikdienas notikumu „devu” un realitātes izklāstu. Līdz ar to mediju sistēma aug ātrāk nekā citas sabiedrības apakšsistēmas, piemēram, ekonomika vai politika. Vienkāršoti sakot, nekas vairs nav būtisks vai reāls, ja tas nav pieejams mediju ziņojumos. Līdz ar to K. Mertens runā par ļoti ietekmīga sociālā fenomena – mediju sabiedrības – izveidošanos, un, viņaprāt, „tās attīstības rezultātā būtisko notikumu atspoguļošanas rādiuss medijos paplašinās bezgalīgi, bet iespēja paļauties uz „patiesību” pamazām pilnībā izzūd.” (Ruler un Verčič 2004, 45) Tādējādi izirst smalkā robežšķirtne starp to, kas ir īsts, uzticams un paties un ko savukārt žurnālistikas vide piedāvā kā īstu: „lauvastiesu informācijas indivīdi vairs neiegūst personīgās pieredzes ceļā, bet

gan mediētu caur plašsaziņas līdzekļiem; to piedāvātais realitātes projicējums kļūst par dominantu.” (Merten 1999, 253) „Galvenokārt cilvēku priekšstati veidojas no mediju piedāvātā „svarīgo” faktu izklāsta, personu, organizāciju, ideju skaidrojuma, jo vairumā gadījumu šādas informācijas autentiskumu nav iespējams pārbaudīt subjektīvā veidā.” (Merten 1999, 244) Varētu teikt, ka jebkurā sabiedrībā pastāv tendence uzticēties autoratīvam viedoklim, uzskatot to par ticamu, pareizu un precīzu. Šajā gadījumā autoritātes ir mediji, jo tie ir galvenais kanāls, no kura uzzināt daudzpusīgus viedokļus par notikumiem un tēliem.

Pēc K. Mertena domām, komunikācijas sistēma (iespējams, jaunākā un aktuālākā no visām sabiedrības apakšsistēmām) mediju sabiedrības laikmetā kļūst par vissvarīgāko apakšsistēmu, ar ko paust īstenību. Viņš skaidro, ka „sabiedrībā pastāv trīs veidu īstenības (skat. 2. pielikumu, 2.3.1. att.) – fikcionālā jeb izdomātā īstenība (galvenokārt mediju vai komunikācijas trokšņa radīta, vērsta uz auditoriju), patiesā vai „reālā” īstenība, kā arī aktuālā īstenība, kas rodas mijiedarbojoties fikcionālajai un „reālajai” īstenībai.” (Ruler un Verčič 2004, 50) Trešajā minētajā patiesie notikumi ir papildināti ar neprecīzām, fiktīvām detaļām, trūkst pilnīgu faktu, daļu no tiem aizstāj neargumentēti pseidofakti. Piemēram, LNB ir atvērta ikvienam apmeklētājam, bet atsevišķas izstādes ir par samaksu. Tikmēr publiskajā telpā aktualizējas skaidrojums, ka ieeja bibliotēkā ir par samaksu. Balstoties uz trīs mediju sabiedrības realitāšu attīstību, turklāt, izmantojot komunikāciju, saikne starp faktu un fikciju mainās rūpīgi un zibenīgi. „Varam teikt, ka izdomātā jeb fikcionālā un „reālā” īstenība mūsdienās viena otru var aizvietot, un „reālā” darbība vai „reālās” personas iegūst aizstājējus plašsaziņas līdzekļos, kas savukārt attīsta paši savu īstenību – piemēram, tēla veidolā.” (Ruler un Verčič 2004, 50) Veidojot izdomātu vienprātību (šo attīstību atbalsta jaunās tehnoloģiskās iespējas, piemēram, internets un digitālā fotogrāfija), rodas interesants secinājums – termins „patiesība” vai „īstenā īstenība” kļūst gaistošs.

Profesors K. Mertens uzskata, ka tēli veidojas komplicētā komunikācijas procesā, un šeit būtiska loma ir SA, jo „tās, stratēģiski izmantojot iekšējos un ārējos komunikācijas procesus, rada vēlamu ietekmi uz dažādām mērķgrupām, ģenerējot vēlamu realitāti. Šīs ir īpašības, kas palīdz SA pārstāvjiem radīt, stabilizēt vai transformēt tēlus.” (Ruler un Verčič 2004, 45) Rezultātā, SA kalpo kā mērķtiecīgs tēla veidošanas, nostiprināšanas un vēlamās īstenības paušanas instruments.

„Tēls ir strukturēts, uz vienotu izpratni balstīts priekšstatu (P) un spriedumu, vērtējumu, viedokļu vai izteikumu kopums, kas piemīt indivīdam par kādu subjektu (objektu).” (Merten 1999, 244) „Recipients visas aktuālās informācijas integrē vienā shēmā, respektīvi, uztvertajā

tēlā. Pieņemams, ka mediji jau pārraida (izplata) kādu imidžu, kas veidojas no atsevišķām informācijām, taču imidžs principā var balstīties uz visu recipientu rīcībā esošo iepriekšējo informāciju par līdzīgo objektu.” (Skudra 2010, 4) Izšķirot tēlu tā „sastāvdaļās”, K. Mertens runā par trim aspektiem, kas var darboties gan savstarpējā saiknē, gan neatkarīgi: mediju informācija, informējošā komunikācija, personīgā pieredze (Merten 1999, 249) (skat. 2. pielikumu, 2.3.2. att.).

Apkopojot iepriekšminēto, jāteic, ka tēls ir komplekss veidojums, ko rada gan individuālā pieredze, gan mediju reprezentācijas, SA konstrukcijas un interpersonālas komunikācijas veidā iegūtas ziņas. Vienlaikus tēlu konstruēšana, aizstājot gandrīz visu reālo (personas, organizācijas, notikumus, objektus) ar jauniem paralēlās „realitātes” aktoriem, ir radošs mediju patvaļas, ietekmes un iemantotā uzticības koeficienta apliecinājums. Fikcija un realitāte, pateicoties SA un medijiem, viena otru var vienkārši aizstāt, turklāt mediji rada jaunas nozīmes un tēlus. Tiesa, „SA atrodas vistuvāk ikdienišķajai realitātei, un SA nosaka realitāti un tās nozīmīgumu, nevis izvēloties svarīgākos notikumus, bet gan tos, kas tiek uzskatīti par nozīmīgākajiem.” (Ruler un Verčič 2004, 52) Tikmēr mediji konstruē gan informāciju, gan „realitāti”, ko šī informācija rada, tāpēc, iespējams, ka medijos prezentētais tēls patiesībā neeksistē, ir pretējs „reālajam”. Tomēr, ja žurnālisti primāro informāciju galvenokārt iegūst no organizācijas tēla speciālistiem, iespējams, tā jau ir aplama, pārveidota, ar to tiek pasniegta faktiskās realitātes ietvaros dzīvotspējīgā fikcionālā realitāte.

2.4. Organizācijas identitātes un tēla attiecības

Sociālo zinātņu laukā identitātes un tēla koncepti ir kļuvuši par aktuāliem organizācijas studiju pētījumu objektiem. Iespējams, tas saistāms ar faktu, ka abi jēdzieni ir daudzpakāpju, un tie „nodarbojas” ar indivīdu un organizāciju attiecību un uztveres jautājumiem, turklāt – gan identitāte, gan tēls, tiesa, atšķirīgos veidos, ataino institūcijas un to locekļu izpausmes, raksturus, uzvedības, tostarp attieksmes no ārējām auditorijām. Varētu teikt, ka personu un organizāciju identitātes un tēli ir kļuvuši par to uzvedības izskaidrošanas pamatkonceptiem, par kuru savstarpējo saikni runā lielākā daļa komunikācijas un socioloģijas pētnieku.

Iepazīstoties ar abiem konceptiem, fiksējamas gan atšķirības, gan saskarsmes, mijiedarbības punkti (ņemot vērā šī maģistra darba pētījuma specifiku, aplūkojot potenciālās atšķirības bibliotēku identitāšu un tēlu starpā, arī šajā apakšnodaļā autors pievērsīsies galvenokārt identitātes un tēla atšķirībām). Kā jau iepriekšējās nodaļās tika noskaidrots, primāri „identitāte ir nozīmju kopums, kas raksturo indivīdu, kad viņš ieņem kādu noteiktu lomu kolektīvā, vai

iemieso īpašas, unikālas rakstura iezīmes.” (Burke un Stets 2009, 1) Līdzīgi – „organizācijas identitāte attiecināma uz iekšēju uzņēmuma īpašību kopumu, kas balstītas institūcijas darbības stratēģijās, vērtībās, tradīcijās, dizaina atainojumos; tie ir arī produkti, pakalpojumi, vizuāli fiksēti organizācijas būtību veidojoši, noteicoši elementi.” (Lerpold un Ravasi 2007, 2) Savukārt „tēls” ir identitātes publiskā reprezentācija – „personas vai organizācijas ārējais portretējums, piešķirot tam individuāli radītas vai aizgūtas nozīmes un interpretācijas.” (Webster 1993, 578) Tas ietver pieņēmumus un priekšstatus par organizāciju, tās darbiniekiem, kā arī ar nolūku projicētus vai mediju radītus veidolus, kuru mērķis ir veidot sabiedrības uztveri par konkrēto organizāciju, tās būtību. Organizācijām var piemist vairāku pakāpju identitātes, to papildinājumi, taču tēli atkarībā no mediju atspoguļojuma un dažādām auditorijām, to pieredzes var būt neierobežotā daudzumā. Tomēr nav izslēgts, ka identitātes un tēla starpā var valdīt ne tikai atšķirības, bet pat nesaskanība.

2.4.1. tabula

Organizācijas tēla un identitātes atšķirības (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 27)

Tēls	Identitāte
Ārēja daba – tēlus galvenokārt veido ārējās ieinteresētās puses (sabiedrība, mediji, konkurenti).	Iekšēja daba – identitāte ir organizācijas locekļu noteikta.
Citu veidots – tēli ir ārējo auditoriju uztveres un interpretācijas produkts.	Pašreprezentēta – identitāte ir organizācijas būtības projekcija.
Raksturīga daudzveidība – tēli ir daudzviedīgi, ja auditorijas ir dažādas.	Raksturīga vienviedība – idealizētā variantā viena identitāte attiecas uz vienu organizāciju.
Kontekstualitāte – tēls nodrošina simbolu fonu un instrumentāriju, ar kuru tiek radītas jaunas nozīmes. Tas ir ikdienas nozīmju piešķiršanas un asociēšanas galaprodukts.	Tekstualitāte – identitāte ir „stāsts” par to, kas „mēs esam kā organizācija”.
Vārdos neizsakāms – tēli ir uzskatu, priekšstatu un pieņēmumu summa.	Precīzi formulēta – identitāti simbolizē dažādi organizācijas artefakti, piemēram, stratēģijas apraksts, vērtības, logotipi, nosaukumi, interjers.

M. Šulca, M. Hača un Mogens Larsens (*Larsen*) ir izveidojuši tabulu (skat. 2.4.1. tab.), kurā uzskaitītas un pretstatītas izteiktākās organizācijas identitātes un tēla atšķirības. Vērtējot šo salīdzinājumu, pirmkārt, jāteic, ka viena no izteiktākajām identitātes atšķirībām no tēla ir tās saikne ar organizācijas iekšējo dabu, respektīvi, identitāti veido un fiksē uzņēmuma pārstāvji. Savukārt tēli ir identitātes ārējās projekcijas, kuru interpretācijas sabiedrībā var būt gan precīzi, gan daļēji atstarotas, pievienojot jaunas nozīmes, raksturlielumus un asociācijas (jo ārējo aktoru ārējie izpratnes un zināšanu līmeņi par organizāciju ir dažādi). Institūcijas līmenī identitātei ir primāra loma, taču tēls ir sekundārs. Respektīvi, „paties, objektīvi piešķirts un interpretēts tēls rodas tikai gadījumā, ja tā veidotāji pilnībā izprot identitāti.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 21) Tomēr interesanti, ka tēla pirmsākums meklējams organizācijas iekšienē (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 21), kur tās locekļi konstruē veidus, kā uzņēmuma pašpozicionējumu varētu uztvert sabiedrība.

Otrkārt, runājot par abu konceptu attiecībām, jāpievēršas nodalījumam „mēs un citi” jeb pašreprezentācija un citu reprezentācija. Pētniekus parasti saista ideja par to, kā organizācijas locekļi attīsta, pauž un projicē sevis pārstāvētās institūcijas būtību (*self*). Turpretī tēla pētnieki interesējas, kā organizācijas pašizpaušmes un identitātes projekcijas (piemēram, korporatīvās identitātes kampaņas) tiek interpretētas ārējās auditorijās. „Identitāte fundamentāli nosaka atbildes uz jautājumu „Kas mēs esam?”, kamēr tēls ir tendēts uz jautājumu „Kā mūs uztver citi?”.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 23) Izpratne par to, kas mēs esam nevar tikt atdalīta no viedokļa, kā citi uztver mūs, jo mūsu pašrefleksiju ietekmē ārējo auditoriju uzskati. „Paužot tēlu caur identitāti, ir jārada priekšstati pašam par sevi kā subjektu, uz ko tā attiekos.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 23) Tiesa, šis priekšstats nevar būt pilnībā objektīvs, jo persona uz sevi nevar pilnībā kritiski paraudzīties no malas.

Treškārt, tā kā pastāv dažādas auditorijas, arī tēli ir daudzveidīgi, savukārt idealizētā variantā identitāte ir vienvēidīga. „Tēla teorija koncentrējas uz daudzpakāpju un mainīgiem tēliem, kas dažādos rezultātos ietekmē organizācijas reakcijas un darbības.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 24) Taču organizācijas identitātei raksturīga vienvēidība. „Protams, nebūtu korekti noliegt, ka arī identitātes var būt daudzveidīgas, fragmentētas vai pat sadrumstalotas (atsevišķām struktūrvienībām var piemist neatkarīgas identitātes), bet lielākoties identitātes koncepts attiecas uz organizāciju centralizēti, kopumā.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 24)

Ceturtkārt, kā norāda pētnieki, „identitāte ietver stāstījumu par to, kā indivīdi, organizācijas locekļi, definē un „piedzīvo” paši sevi, un šo situāciju daļēji ietekmē arī viņu

darbības un uzskati, kuri sakņojas kultūras pieņēmumos un vērtībās.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 25) Lietas vai pienākumi, par kuriem mēs rūpējamies, kalpo kā pašdefinīcijas un tādējādi stiprina personu identitāti saistībā ar tēlu. „Turpretī organizācijas tēls sastāv no visiem uzņēmuma ikdienas dzīves aspektiem, kuru laikā nozīmes, vērtības un pieņēmumi tiek pausti un komunicēti caur organizācijas locekļu uzvedībām un interpretācijām, artefaktiem un simboliem.” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 25) Organizācijas tēls veidojas no pieņēmumiem, nozīmēm, viedokļiem, pasaules uzskatiem un mentālajiem ietvariem, kas piemīt organizācijas dalībniekiem un ārējām auditorijām par konkrēto institūciju.

Piektkārt, organizācijas identitātes jēdziens ir saistīts ar institūcijas darbinieku apzinātām un izskaidrojamām uzņēmuma vērtībām, taču tēls ir vārdos neizsakāmu vai grūti formulējamu uzskatu un priekšstatu kopums. Identitātes ir dziļāki, noturīgāki un pilnīgāki veidojumi nekā tēls, kaut arī daži tā aspekti var būt noturīgi (piešķirtās vērtības, simboli nozīmes).” (Schultz, Hatch un Larsen 2000, 26)

Noslēgumā jāmin, ka identitāte ir kā galvenokārt vērtībās un ļoti raksturīgos elementos balstīta organizācijas „personība”, kas ir ilgtspējīga un un atvērta pilnveidojumiem. Tikmēr tēls ir kā uzņēmuma portretējums – tas ir atspoguļojums tam, kā organizācija tiek uztverta kopumā, vērtējot tās redzamākās un dzirdamākās, spilgtākās izpausmes (pozitīvas, negatīvas). Respektīvi, tēls ir ārējo auditoriju konstruēts, taču identitāte ir institūcijas pārstāvju radīts tās vēlamais uztveršanas veids. Paralēli, jāpiebilst, ka tēls var veicināt identitātes izmaiņas, jo tā dažādās izpausmes ne vienmēr veido saskaņu ar organizācijas darbības aspektiem, būtību, darbinieku vērtīborientāciju un attieksmēm.

3. PĒTĪJUMA METODES UN IZLASE

Lai veiktu pētījumu par LPB, LNB, SNB un INB identitātēm un Latvijas bibliotēku tēliem, tiks izmantotas četras pētniecības metodes – dokumentu analīze, DSI, aptauja un SD. Šāda izvēle pamatojama ar teorētiskajos avotos un augstskolas mācībspēku ieteikumos uzsvērtu faktu: kvalitatīvajos pētījumos ieteicams izmantot ne tikai vairākus informācijas avotus, bet arī materiālu apkopošanas metodes, jo viens avots un metode nespēj sniegt pilnīgu, uzticamu un visaptverošu analizējamā objekta definējumu – „ikvienam datu avotam piemīt priekšrocības un trūkumi. Izmantojot datu tipu kombinācijas palielinās ticamība faktiem, tematam, kā arī – šādi var kompensēt citu pieeju trūkumus.” (Patton 2002, 306) Turklāt, „identitātes izpēte nevar balstīties tikai uz dokumentiem vai līderu sacīto, jo tādējādi pētnieki var krist par upuri (organizāciju)centieniem radīt par sevi labu iespaidu.” (Rozenvalds un Zobena 2014, 118)

Skaidrojot organizāciju idealizēto identitāšu modeļus, darbības būtību nosakošās teorētiskās pašdefinīcijas, autors pētīs nacionāla līmeņa stratēģiskās attīstības un plānošanas dokumentus. Savukārt to satura atbilstība vai saskaņa ar realitāti tiks noskaidrota, intervējot LNB, SNB, INB direktorus. Nenoliedzami, auditorija, kas vistiešākajā mērā transformē dokumentos rakstīto konkrētās rīcībās, ir bibliotēku darbinieki – izmantojot anketēšanas metodi (aptauju), ar ko relatīvi vienkārši iespējams iegūt lielu skaitu datu par attieksmēm un viedokļiem, tiks noskaidrota šo personu izpratne par pārstāvētās organizācijas darbību, mērķiem, būtību, profesionālo orientāciju. Vienlaikus anketēšanas rezultātā tiks noskaidrots arī bibliotēku tēls sabiedrībā jeb apmeklētāju viedoklis par šo institūcijas publisko reprezentāciju. Tēla mērījuma veikšanai tiks izmantota SD tehnika.

Turpmākajā tekstā autors vispirms sniegs pētījuma metožu teorētisko izklāstu, savukārt katras metodes apraksta nobeigumā – konkrētā analīzes instrumenta izmantojums šī maģistra darba pētījumā.

3.1. Dokumentu analīze

Liela skaita dažāda veida dokumentu („par dokumentu uzskatāms materiāls, kas nav radīts pēc pētnieka pasūtījuma” (Bryman 2004, 380) radīšana ir privāto un valsts uzņēmumu, un sociālo institūciju ikdiena. Kvalitatīvās pētniecības pārstāvji savā ziņā atrodas unikālā pozīcijā, jo viņiem ir iespēja šos tekstus pētīt, analizējot sociāli praktiskās ikdienas dzīves aspektus, kuru dēļ konkrētie materiāli ir radīti. Dokumentu analīze bieži vien var būt neatņemama kvalitatīvo

pētījumu sastāvdaļa. „Tā var sniegt informāciju par jautājumiem, kurus nevar izzināt ar citām metodēm – turklāt šādi iespējams gan pārbaudīt no citiem avotiem jau iegūtās informācijas patiesumu, gan papildināt vēl kādu metodi (visbiežāk interviju vai novērojumu).” (Bryman 2005, 149 – 150) Tādējādi dokumentus nevar uzskatīt par vienīgo objektīvo kādas situācijas pārskata variantu. Vienlaikus – jo dažādāki skatupunkti izmantoti, jo lielāka iespējamība, ka pētnieks izvairīsies no subjektivitātes un vienpusēja redzējuma. Dokumentu analīzei piemīt viena nepārprotama priekšrocība – „tā aizņem maz laika un nav emocijās balstīta.” (Padgett 1998, 68)

Kvalitatīvā pētījuma analītiķim dokumenti ir ļoti svarīgi, jo tās ir dažādu vēsturisku notikumu un procesu liecības, to „restauratori”. Cita starpā „organizāciju dokumenti atspoguļo, ko organizācija rada, kādas ir tās funkcijas, kā tā pamato darbības, kā tiek kategorizēti darbinieki, kāda ir rīcības politika, kā tiek skaidrota, vēsture un sasniegumi.” (Lindlof un Taylor 2002, 117) Proti, tie ir kā organizācijas darba racionalitātes atspoguļojums, jo dokumenti bieži ietver sociālo normu un noteikumu reglamentācijas. Jāņem vērā, ka visi dokumenti ir indivīdu darbības rezultāts, kas veikts, pamatojoties uz konkrētām idejām, teorijām, principiem, un to darbību vienmēr ierobežo kādi sociāli, vēsturiski, administratīvi noteikumi, apstākļi vai struktūras. „Teksti un to nozīmes ir atkarīgas no to izmantošanas apstākļiem. Savukārt nozīmes mainās atkarībā no sociālā un institucionālā konteksta.” (Punch 2000, 231) Tādējādi izpratne par dokumenta rašanās apstākļiem un darbības lauku, ietekmē tā interpretāciju.

Nepastāv viens vienīgs dokumentu analīzes paņēmieni, to apstrāde vai interpretācija ir atkarīga no vairākiem apstākļiem. „Pirmkārt, vislielākos izaicinājums sagādā centieni saprast, kā un kādēļ materiāli radīti; noteikt to precizitāti; saistīt dokumentus ar citiem avotiem un informācijas iegūšanas tehnikām; dekonstruēt (izprast struktūru) un izskaidrot tos.” (Patton 2002, 499) Strādājot ar dokumentiem, pētniekiem jācenšas piekļūt to oriģināliem, taču arī no oficiāliem avotiem iegūtu kopiju izmantošana ir pieļaujama. „Kaut arī dokumenta saturu iespējams aprakstīt interpretatīvi, tas jādara rūpīgi, pievēršot uzmanību detaļām.” (Lindlof un Taylor 2002, 118) „Reizēm pat tik „objektīvi” materiāli kā organizācijas darbību reglamentējoši dokumenti ir sastādīti ļoti „mākslinieciski” ar nolūku piedāvāt konkrētu veidu, kā tie būtu jālasa.” (Punch 2000, 231)

Dokumentus iespējams analizēt ar vairākām metodēm – tā ir kvalitatīvā kontentanalīze, kritiskā diskursa analīze, semiotiskā vai hermeneutiskā (nozīmju) pieeja, kā arī interpretatīva aprakstīšana (pētījuma konteksta izprašanai – ar nosacījumu, ja tiek izmantotas arī citas, papildinošas metodes). Pētnieks Deivids Althajds (*Altheid*) iesaka izmantot šādus soļus: „ģenerēt

pētniecisko jautājumu; iepazīties ar dokumenta radīšanas kontekstu, iemeslu; izmantot nelielu dokumentu skaitu (vidēji pieci); ģenerēt kategorijas, kas palīdz klasificēt analizējamus datus pēc vienotiem kritērijiem.” (Bryman 2004, 393) Savukārt citi autori piedāvā rast atbildes uz jautājumiem par to, kas ir dokumentu autors, kāds ir to ticamības līmenis, kādu informāciju tie satur, kāds ir mērķis u.tml. (Kristapsone 2008, 223).

Kopumā, dokumentu analīze piedāvā ieskatu organizācijas aizkulisēs, kas reizēm var būt tiešā veidā grūti novērojamas, un par kurām pētnieks, teiksim, intervijas laikā nevarētu uzdot respondentam atbilstošus jautājumus, ja nebūtu iepazinies ar detaļām un faktiem, ko ietver dokumenti.

Šī maģistra darba pētījuma daļa par bibliotēku identitātēm tiks veidota caur pilnīgāko LR bibliotēku darbību noteicošu dokumentu prizmu, iegūstot bāzes informāciju par valstiski reglamentētiem bibliotēku būtības un darbības aspektiem. Kopumā tiks analizēti pieci dokumenti – „Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam”, likums „Par Latvijas Nacionālo bibliotēku” (tā jaunākās versijas projekts), „Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam „Radošā Latvija””, „Bibliotēku nozares stratēģija 2014–2020”, „Latvijas publisko bibliotēku direktoru Apaļā galda diskusiju materiāli 2014./2015. gadam”. Dokumenti tiks analizēti interpretatīvā apraksta veidā, saistītā tekstā raksturojot kategorijas kā izcelsme, pastāvēšanas jēga, praktiskais pielietojums, nozīme, savstarpējās līdzības vai atšķirības, vai ietekme. Vienlaikus tiks skatīta dokumentu satura un identitāšu definējuma saskaņa ar organizācijas identitātes teorētiskajām nostādnēm. Iegūtā informācija kalpos kā konteksts pētījuma tālākai attīstīšanai – interviju veikšanai ar LNB, SNB, INB direktoriem (šo institūciju identitāšu savstarpējam salīdzinājumam) un aptaujas anketu bibliotēku darbiniekiem izveidei.

3.2. Daļēji strukturētā intervija

DSI sociālajās zinātnēs ir plaši izmantots kvalitatīvās pētniecības paņēmiens, ko pielieto gan kā primāro, gan sekundāro, papildinošo datu vākšanas tehniku. Atšķirībā no strukturētajām intervijām, ko saista stingrs izvirzīto jautājumu formāts, DSI ir divas dabas – „pirmkārt, metode fokusējas uz konkrētiem tematiem, taču tie tiek apspriesti sarunvalodā. Šis vairumā gadījumu ir vislabākais veids, kā izpētīt indivīdu izvēles, uzvedības, attieksmes, pieredzes, uzskatus par dzīvi, dažāda veida faktiem.” (Raworth, Sweetman un Narayan 2012, 1) „Otrkārt, to pielieto, lai apkopotu fona informāciju par pētāmo tematu.” (Harrell un Bradley 2009, 24)

Organizāciju psiholoģijas doktore Karīna Klenke (*Klenke*) norāda, ka, lai veiktu DSI, jāievēro divi nosacījumi: **a)** „intervēšana nav tikai datu vākšanas metode, bet kompleksa metodoloģija, kas ietver analīzi jau datu vākšanas procesā; **b)** jākoncentrējas uz intervijas norisi, lai respondenta paustais tiktu uztverts ar maksimāli lielu uzmanību.” (Klenke 2008, 127). Proti, intervētājam jādemonstrē pārlicinātība un atvērtība, kā arī jābūt gatavam intervējamā sacīto rūpīgi klausīties, no tā izdarīt tūlītējus secinājumus. Tāpēc intervijas dizains tiek veidots pēc principa, lai tajā būtu ietvertas konkrētas tēmas bez stingri fiksētiem jautājumiem un to kārtības. „Jautājumi galvenokārt ir atvērta veida ar nolūku iegūt vairāk informācijas par attieksmēm un uzvedībām, turklāt intervijas formāts galvenokārt ir diskursīvs, ļaujot respondentam atbilžu garumu un dziļumu atstāt savā ziņā.” (Miller un Brewer 2003, 167) Šādā situācijā intervētājs var brīvi pārfrāzēt jau iepriekš sagatavotos jautājumus un veikt papildu izziņāšanu, balstoties uz intervējamā atbildēm un sarunas gaitu. Turklāt „arī intervētājs diskusijas laikā var dalīties savā pieredzē vai secinājumos par konkrētu tēmu.” (Brown un Gibson 2009) Šādi interpersonālais dialogs zaudē barjeras, kas intervētājam netīši var piešķirt (traucējoša) novērotāja pozīciju.

„DSI ir labi piemērota, lai atsevišķos gadījumos pievērstos sarežģītiem un pat delikātiem jautājumiem, pieļaujot tā dēvēto „zondēšanu” (*probing*) jeb nestandartizētu, iepriekš neparedzētu papildjautājumu uzdošanu.” (Barriball un While 1994, 330) Līdz ar to ļoti svarīga loma interakcijas strukturēšanā ir elastībai. Šādi starp sarunas partneriem palielinās uzticēšanās saikne un iespējamība, ka respondents atbildēs pēc būtības – neslēpjot savus patiesos uzskatus un nepakļaujoties sabiedrībā izplatītiem viedokļiem (vienalga, vai tie ir patiesi vai nav) .

DSI piedāvā iespēju regulēt jautājumu kārtību, un respondentiem ir iespēja paplašināt savas idejas, lai par dažādām tēmām runātu ļoti sīki, nevis pieturētos tikai pie definētajiem jautājumiem, uz kuriem varbūt nevar sniegt pilnīgi precīzas un pētniekam noderīgas atbildes. Iegūto datu interpretācija ir atkarīga gan no izvirzītajiem pētnieciskajiem mērķiem, gan no iegūtās informācijas salīdzināšanas ar citiem analīzes materiāliem.

Šī maģistra darba pētījumā tiks veiktas trīs DSI – ar LNB un SNB direktoriem (Andri Vilku un Kaju Ekholmu (*Kai Ekholm*) un INB Attīstības direktoru (Raivo Rūsalepu (*Raivo Ruusalepp*)) – INB ģenerāldirektore Janne Andreso (*Janne Andresoo*) interviju veikšanas datumos bija atvaļinājumā), noskaidrojot viņu viedokļus par identitātēm, kādas iemieso katra no minētajām bibliotēkām, publiskās bibliotēkas un bibliotēkas kopumā. A. Vilka izpratne par bibliotēku identitātēm tiks pretnostatīta arī dokumentos manifestētajām LPB un LNB identitātēm. Savukārt K. Ekholma un R. Rūsalepa viedokļi tiks pretnostatīti savstarpēji, veicot salīdzinājumu

arī ar A. Vilka domām un dokumentos pausto. Rezultātā, iegūtā informācija ļaus veikt trīs valstu bibliotēku identitāšu salīdzinājums, tādējādi izdarot secinājumus par bibliotēku identitātēm arī ārzemēs – plašākā, starptautiskā mērogā.

DSI izvēle pamatojuma ar faktu, ka šādas sarunas laikā intervējamie, prognozējams, brīvi paudīs savus viedokļus par bibliotēku pašpozicionējumu. Atvērtos jautājumus iespējams pielāgot katra direktora profesionālajai pieredzei, specifikai, personībai. Jāpiebilst, ka interviju jautājumi tiks balstīti LR bibliotēku darbību noteicošu dokumentu faktos par bibliotēku identitātēm un uzdevumiem, kā arī identitātes teorijas nostādnēs.

Nemot vērā DSI specifiku, pastāv iespējamība, ka intervējamās personas uz jautājumiem atbildēs to izlases kārtībā, turklāt atbilde uz vienu jautājumu var pārklāties ar citām, vai izslēgt citus jautājumus.

Jautājumi veidoti piecās kategorijās:

1. Latvijas, Somijas, Igaunijas bibliotēku būtības un unikālo iezīmju definīcijas;
2. Bibliotēku pašpozicionējums, loma un izpausmes mūsdienās;
3. Sabiedrības ietekme uz un izpratne par bibliotēku identitātēm;
4. Bibliotēku un darbinieku personīgās identitātes;
5. Vizuālās izteiksmes līdzekļi kā identitātes paušanas instrumenti.

3.3. Aptauja

Teorētiskā literatūra uzrāda, ka tieša „nopratināšana”, izmantojot aptauju, ir viena no dominējošām pētniecības tehnikām sociālajā un mārketinga jomā. Tai ir daudzveidīgi izpausmes veidi, piešķirot metodei universālismu. „Neskatoties uz to, vai jautājumi tiek uzdoti klātienē, attālināti, telefoniski vai internetā, atbildēm būs augsts patiesuma līmenis.” (Hoyle, Harris un Judd 2002, 121) „Tēlaini izsakoties, aptaujas ir kā sociālo zinātņu pētījumu „darba zirgs” gan, piemēram, izglītības iestādēs, gan organizācijās, gan mazās grupās vai lielās sabiedrībās un pat teritorijās, kur būtiski noskaidrot personisko vai publisko viedokli.” (Hoyle, Harris un Judd 2002, 98)

Aptaujas metode būtu definējama kā „virkne respondentiem uzdotu, speciāli izstrādātu jautājumu, lai iegūtu skaitliski noderīgu un apjomīgu informāciju (viedokļu, attieksmju, zināšanu, pieredzes, nākotnes gaidu formā (Sullivan 2001, 255)) par konkrētu tematu.” (History Learning Site, Bryan 2014) Aptaujas var iedalās četros veidos: „faktoloģiskās, attieksmes, sociāli psiholoģiskās un skaidrojošās.” (May 2003, 89) Otrās minētās piemērotas šim pētījumam, jo tās

paredzētas datu par attieksmēm iegūšanai – par to, ko cilvēki domā par, piemēram, dzīvi vai darbu.

Aptaujas anketas dizaina izveidošana ir laikietilpīgs un rūpīgs process. Sociologs Lī Braients (*Bryant*) norāda, ka „dizaina izveide sākas ar izpratni par aptaujas iespējām un to, kā un vai tā var palīdzēt konkrētajā pētījumā, problēmā. Savukārt pēc tam ļoti rūpīgi jāizplāno pētījuma mērķi, kategorijas, jautājumi.” (History Learning Site, Bryan 2014). Vienlaikus autoram jāpārlicinās, vai pētījuma kopējo hipotēzi (vai pētniecisko jautājumu) iespējams pārveidotai jautājumos, kurus respondents saprot un uz kuriem ir iespējams atbildēt. „Atbildes jāspēj kategorizēt un kvantificēt.” (May 2003, 91) Aptaujas darbojas kā jebkurš zinātnisks eksperiments, kura rezultāti apstiprina vai noliedz izvirzīto mērķi, hipotēzi, jautājumu. Noderīgs paņēmiens anketas pārbaudīšanai ir vispirms to izmantot uz mazām mērķgrupām.

Nemot vērā dažādos aptaujas anketu izmantošanas un izplatīšanas veidus, tās jāizstrādā tā, lai aizpildīšana neprasītu palīdzību. Viens no svarīgākajiem anketas konstruēšanas uzdevumiem ir precīzu instrukciju iekļaušana. „Labas instrukcijas var uzlabot datu kvalitāti. Būtiska ir arī pārdomāta jautājumu secība – iepriekš uzdotajiem jautājumiem nevajadzētu ietekmēt nākamos. Savukārt intriģējošākie jautājumi jāietver anketas sākumā, lai ieinteresētu respondentu izpildīt pārējo anketu.” (Sullivan 2001, 256)

Strukturētajai aptaujas anketai ir vairākas priekšrocības (History Learning Site, Bryan 2014), (Hoyle, Harris un Judd 2002, 98–99) :

- Pētnieks var ātri, viegli un efektīvi sazināties ar lielu skaitu respondentu;
- Anketas ir relatīvi ātri un vienkārši izveidojamas, atkodējamas un interpretējamas (it īpaši, ja ir daudz slēgto jautājumu);
- Aptauju ir vienkārši standartizēt. Piemēram, katram respondentam tiek uzdots viens un tas pats jautājums;
- Aptaujas var izmantot, lai izpētītu dažādas mulsinošas, delikātas tēmas. Intervējamie jūtas droši un ir gatavi atklātām atbildēm, jo anketas galvenokārt ir anonīmas;
- Respondents anketu var aizpildīt sev ērtā laikā un vietā. Pret viņu tiek vērsts mazāks spiediens, lai iegūtu tūlītēju atbildi kā, piemēram, intervijās.

Maģistra darbā bibliotēku identitāšu noskaidrošanai tiks izstrādāta viena aptaujas anketa. Ar to tiks skaidroti LNB un LPB darbinieku viedokļi (divos atsevišķos mērījumos) par savu darbavietu, tās pašpozicionējumu, šādi iegūstot datus par šo bibliotēku identitāšu izpratni.

Jautājumi tiks veidoti, pirmkārt, balstoties uz dokumentos pieejamās informācijas par bibliotēku darbību LR, otrkārt – uz DSI gūto LNB, SNB un INB direktoru viedokļiem par esošajām un vēlamajām bibliotēku identitātēm. Aptaujas galvenais mērķis vai kategorija – uzzināt darbinieku domas par jautājumiem: „Kas mēs esam kā organizācija?; Kā mēs sevi izjūtam kā tās sastāvdaļu?; Kādas izjūtam bibliotēku vērtības un mērķus?” Lai atvieglotu anketas izpildi, daļa jautājumu tiks veidoti jau sagatavotu pretnostatītu apgalvojumu formā, aicinot respondentus mērījumu skalā atzīmēt, kuram apgalvojumam viņi piekrīt vairāk. Šajā gadījumā tiks izmantotas Dž. Hofštedes un J. Hofštedes sešu identitātes dimensiju modeļa kategorijas. Iegūtie dati tiks analizēti aprakstot procentuāli izteiktākās tendences (darbinieku viedokļu formā) par bibliotēku identitātēm, kā arī aprakstot darbinieku uzskatus par identitātēm caur sešu identitātes dimensiju modeli. Identitātes mērījumos tiks veikts pašatlasē izlases veidošanas princips, plānotā respondentu skaita bāze LPB ir 100 līdz 600, LNB – 100 līdz 350.

3.4. Semantiskais diferenciālis

SD metode izstrādāta 20. gs. 50. gados. Pētnieka amerikāņu sociālpsihologa Čārlza Osguda (*Osgood*) mērķis bija radīt dziļi standartizētu mērījumu instrumentu, lai pēc vienotiem kritērijiem noteiktu, kādi ir indivīdu dažādie uzskati par noteiktiem jēdzieniem, objektiem, citām personām, kolektīviem (konceptiem) u.tml.: „Ar šo tehniku iespējams izmērīt personu subjektīvās sajūtas, attieksmes, priekšstatus, viedokļus par kaut ko konkrētu, izmantojot starppersonu komunikācijā plaši izplatītos īpašības vārdus.” (Neuman 2006, 214) Respektīvi, tas ir kvantitatīvo pētījumu instruments, ar kuru rast atbildes uz jautājumu: „Ko konkrētais koncepts nozīmē Jums?” – tādējādi atklājot tam piedēvētos tēlus, asociācijas, apzīmējumus. Šī metode tiek uzskatīta par vienkāršu un ekonomisku, lai iegūtu datus par indivīdu emocionālajām reakcijām dažādu situāciju vai kultūru kontekstos.

Sabiedrības un kultūru pētnieks Pjērdžordžio Korbetta (*Corbetta*) uzskata, ka „jautājums, ko jēdziens, sociālā situācija vai objekts nozīmē indivīdam, ir problemātisks – gan filozofiskā, gan psiholoģiskā aspektā. Cilvēka uzvedību un attieksmi nosaka nozīmes, kas piešķirtas dažādām parādībām.” (Corbetta 2003, 180–181) Piemēram, mazulis reaģē atzinīgi, dzirdot mātes balsi, tāpēc, ka tā ietver tādas nozīmes kā uzturs, siltums un aizsardzība.

Lai izmantotu SD, pētniekam jāizveido saraksts ar antonīmu jeb savstarpēji pretējiem (bipolāriem, divpolu) īpašības vārdu pāriem (piemēram, labs–slikts, vērtīgs–nevērtīgs, svarīgs–maznozīmīgs, karsts–auksts). Tie jānovieto uz septiņu punktu vai pozīciju skalas – katrs savā

pusē. Katram mērķgrupas respondentam tiek lūgts atzīmēt to skalas pozīciju, kas visprecīzāk raksturo viņa sajūtas vai priekšstatus par mērāmo konceptu (šī pētījuma kontekstā: par attieksmi pret bibliotēkām) (Algeo 1973, 39). Respektīvi, jo atzīme ir veikta tuvāk īpašības vārdam, jo spēcīgāka ir asociācija, vidējā vienība (4) norāda uz neitrālu nostāju. „Līdz ar to, atzīmējot kādu no pozīcijām, kas ar konkrēto īpašības vārdu visprecīzāk raksturo indivīda attieksmi pret pētāmo tematu, lietu, objektu, persona pauž savu vērtējumu.” (Neuman 2006, 214) Piemēram, pētījums, kas saistīts ar sabiedrības attieksmes noteikšanu par valsts prezidenta amata kandidātiem (koncepts), var ietvert tādas attieksmes raksturojumus kā aktīvisms, godīgums un autoritāte. Tādējādi pētnieks var radīt skalas, kurās pretnostatīti tādi īpašības vārdi kā „aktīvs–pasīvs”, „godīgs–negodīgs”, „autoritāte, cienījams–necienīts” (skatīt 3.4.1. att.).

Kādas, Jūsaprāt, iezīmes piemīt Mārtiņam Bondaram – valsts prezidenta amata kandidātam?
(lūdzu, atzīmējiet vienu vērtību pie katra īpašības vārdu pāra!)

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
pasīvs							x	aktīvs
godīgs				x				negodīgs
necienīts						x		cienīts

Kādas asociācijas Jums saistās ar Latvijas bibliotēkām? Kādas tās ir? (lūdzu, atzīmējiet vienu vērtību pie katra īpašības vārdu pāra!)

	1	2	3	4	5	6	7	
mūsdienīgas				x				vecmodīgas
Populāras, iecienītas						x		Nepopulāras, nevienu neinteresējošas
netīras				x				tīras
pieejamas		x						nepieejamas

3.4.1. att. Semantiskā diferenciāla skalu un atzīmju piemēri

Socioloģijas profesors Lorencs Nīmans (*Neuman*) raksta, ka „pētījumi par visdažādākajiem īpašības vārdiem uzrādījuši, ka tie iedalāmi trīs nozīmju grupās (EPA): novērtējuma (*evaluation*; labs–slikts), ietekmes (*potency*; stiprs–vājš), aktivitātes (*activity*; aktīvs–pasīvs). Novērtējuma grupa parasti ir vissvarīgākā. (Neuman 2006, 214)

Kopumā, šī tehnika ir ļoti elastīga un tiek uzskatīta par populārāko tēla noteikšanai – „respondentiem iespējams uzdot vienu un to pašu jautājumu, taču katrā skalā piedāvājot citus īpašības vārdus.” (Corbetta 2003, 183) Iegūtās atbildes iespējams apstrādāt un interpretēt dažādos veidos – „visbiežāk tiek veikts kopsavilkuma apraksts, identificējot konkrēto tēlu pēc konceptam

piešķirtajām nozīmēm.” (Corbetta 2003, 183) Papildus ieteicams rezultātus attēlot grafiskas shēmas veidā, lai redzētu vidējos tēla rādītājus, kas iegūti no īpašības vārdu atzīmēm.

Šī pētījuma ietvaros tiks analizētas nozīmes, priekšstati, īpašības, tēls, kas piešķirts visām bibliotēkām Latvijā. Sociālo tīklu vidē tiks izvietotas un respondentiem-bibliotēku apmeklētājiem tiks izdalītas anketas. Tajās viņiem būs jāveic atzīmes uz skalām izvietotiem īpašības vārdiem, kuri, viņuprāt, visprecīzāk definē Latvijas bibliotēkas. Antonīmu pāri tiks iegūti, vadoties pēc: valsts nozīmes plānošanas un attīstības dokumentos bibliotēkām piešķirtajiem raksturlielumiem; LNB, SNB, INB direktoru paustā; darbinieku sniegtajām atbildēm aptaujas anketās par savas darbavietas identitāti; medijos pieejamajiem raksturojumiem. Iegūtie rezultāti tiks analizēti, sniedzot apraksta veidā interpretāciju.

4. BIBLIOTĒKU IDENTITĀTES UN TĒLI

Šajā nodaļā apkopoti dokumentu analīzes, DSI, aptaujas anketas un SD mērījumu rezultāti, kas uzrāda, kādas identitātes piemīt LPB, LNB, SNB un INB, un kādi tēli un raksturlielumi tiek piešķirti Latvijas bibliotēkām kopumā.

Vispirms autors veica piecu LR bibliotēku darbību reglamentējošu dokumentu analīzi, iegūstot bāzes informāciju par valstiski noteiktiem bibliotēku būtības un darbības aspektiem. Vienlaikus skatīta dokumentos paustā identitāšu definējuma saskaņa ar organizācijas identitātes teorētiskajām nostādnēm. Iegūtā informācija kalpo kā konteksts pētījuma tālākai attīstīšanai.

Turpinājumā veiktas DSI ar LNB, SNB un INB direktoriem, skaidrojot viņu viedokļus par identitātēm, kādas iemieso katra no pieminētajām bibliotēkām, publiskās bibliotēkas un bibliotēkas kopumā. Iegūtie rezultāti pretnostatīti gan savstarpēji, gan dokumentos paustajam. Tādējādi iespējams veikt trīs valstu bibliotēku identitāšu salīdzinājums, izdarot secinājumus par bibliotēku identitātēm arī starptautiskā mērogā.

Paralēli autors ar aptaujas palīdzību divos atsevišķos mērījumos anketējis 384 LPB un 182 LNB darbiniekus, skaidrojot viņu viedokļus par konkrēto bibliotēku identitāšu izpratni. Aptaujas jautājumi veidoti, pirmkārt, balstoties uz dokumentos pieejamās informācijas par bibliotēku darbību LR, otrkārt – uz DSI gūto LNB, SNB un INB direktoru viedokļiem par esošajām un vēlamajām bibliotēku identitātēm. Izmantojot aptauju rezultātus, izstrādāti LPB un LNB identitāšu atspoguļojumi Dž. Hofštedes un J. Hofštedes sešu identitātes dimensiju modeļa veidā.

Izmantojot aptaujas anketas ar SD skalu (302 respondentu), analizētas nozīmes, priekšstati, īpašības, tēls, ko visām Latvijas bibliotēkām piešķir sabiedrība. SD antonīmu pāri iegūti, vadoties pēc: valsts nozīmes plānošanas un attīstības dokumentos bibliotēkām piešķirtajiem raksturlielumiem; LNB, SNB, INB direktoru paustā; darbinieku sniegtajām atbildēm; medijos pieejamajiem raksturojumiem. Iegūtie rezultāti analizēti, aprakstoši interpretējot Latvijas bibliotēkām piešķirtajās nozīmes, to iemeslus un potenciālos tēlus, ko tās iezīmē.

Pētījuma nobeigumā veikts visu pētāmo bibliotēku identitāšu salīdzinājums, kā arī aprakstītas identitāšu un tēlu attiecības.

Turpmākajā tekstā autors iepazīstinās ar pētījuma rezultātiem. Visi datus paskaidrojošie attēli, tabulas un citi vizuāli informācijas atveidojumi aplūkojami nodaļā „PIELIKUMI”.

4.1. Latvijas publiskās bibliotēkas

Saskaņā ar LNB BKC 2013. gada statistikas datiem, „Latvijas bibliotēku sistēmā darbojas 811 publiskās bibliotēkas,” (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Bibliotēku statistika 2015) un to tīkls aptver visu Latvijas teritoriju. Tās dibina, atbalsta un finansē pašvaldības, valsts vai sabiedriskās struktūras. Latvijas bibliotēku politiku un darbību administratīvi regulē „Bibliotēku likums”, un tas nosaka, ka (publisko) bibliotēku galvenais uzdevums ir rakstītā un publicētā pasaules kultūras un/vai dokumentārā mantojuma uzkrāšana, katalogizēšana, „sekmējot (vietējo) kopienu iedzīvotāju kultūras, izglītības, mūzikā, informācijas un komunikācijas vajadzību nodrošināšanu.” (Radošā Latvija: Bibliotēku nozares stratēģija 2014–2020) „Sniedzot daudzveidīgus informācijas resursus un bibliotekāros pakalpojumus, LPB nodrošina pieeju zināšanām, informācijai un mākslinieciskās jaunrades aktivitātēm visiem sabiedrības locekļiem.” (Gill 2008, 1)

Aizvadīto 10 gadu laikā LPB materiālais un tehniskais stāvoklis ir uzlabojies – no 2006. līdz 2008. gadam KISC sadarbībā ar LR un Bila un Melindas Geitsu fonda (*Bill & Melinda Gates Foundation*) atbalstu īstenoja LPB attīstības projektu „Trešais tēva dēls”. Tā mērķis bija „nodrošināt Latvijas iedzīvotājiem brīvu un kvalitatīvu pieeju datortehnikai un internetam, kā arī sniegt apmācību jauno tehnoloģiju izmantošanā.” (Latvijas Republikas Labklājības ministrija, Sēdes protokols Nr. 15 2008) Projektā iesaistījās visas Latvijas pašvaldības.

4.1.1. Dokumentos fiksētā Latvijas publisko bibliotēku identitāte

LPB ir LNB „pakārtotas” institūcijas – uz to darbības skaidrojumu vērsti galvenokārt primāri LNB paredzēti dokumenti. Tomēr tādos materiālos kā kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam „Radošā Latvija”, „Radošā Latvija”: Bibliotēku nozares stratēģija 2014–2020”, kā arī „Latvijas publisko bibliotēku direktoru Apaļā galda diskusiju materiāli 2014./2015. gadam” īpaši akcenti vērsti tieši uz LPB iezīmēm, darbību, mērķiem, problēmām, aktualitātēm. Turpmākajā tekstā tiks iztirzāta iepriekšminēto dokumentu satura attiecība pret LPB identitātēm.

Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam „Radošā Latvija” ir vidēja termiņa politikas plānošanas dokuments, kas nosaka valsts kultūrpolitikas mērķus un prioritātes līdz 2020. gadam un nodrošina to iekļaušanos valsts politikas un finanšu plānošanas sistēmā. „Dokumenta mērķis ir apliecināt kultūras vērtību un definēt rīcības virzienus kultūras daudzveidīgai un ilgtspējīgai attīstībai.” (Latvijas Republikas Kultūras ministrija, Jaunumi 2014) Pamatnostādnes izstrādājusi KM, tās 2014. gada 29. jūlijā apstiprinājis MK.

Dokumentā pausts, ka „LPB nodrošina iedzīvotājiem daudzveidīgus kultūras, izglītības un informācijas pakalpojumus un to pieejamību, bibliotēkas izveidojušās par vietējās sabiedrības zināšanu, saskarsmes un pašiniciatīvu centriem.” (Radošā Latvija 2014.–2020. gadam) Tādējādi bibliotēkas pozicionējas ne vien kā sabiedrības izglītošanas, bet arī sociālās līdzdalības, vienošanas un savstarpējās integrācijas veicināšanas organizācijas, kur tiekas cilvēki ar dažādām interesēm, pieredzēm, uzskatiem. Par to raksta arī B. Sporāne, minot, ka „bibliotēkas palīdz risināt sašķeltās sabiedrības konsolidācijas problēmas, jo to darbības mērķis ir nodrošināt informācijas pieejamību visiem valsts iedzīvotājiem neatkarīgi no sociālā stāvokļa, nodarbošanās, vecuma un citām atšķirībām.” (Ozoliņa 2014, 413) Rezultātā, LPB ir nozīmīgi lokālo kopienu sabiedriskās un radošās dzīves, mūžizglītības, centri. Šeit jāatsaucas uz apakšnodaļā „1.3. Korporatīvā identitāte” secināto, ka uzņēmumi un organizācijas arvien ciešāk integrējas sabiedrībā, kas rada aizvien stingrākus spriedumus par to rīcību, darbību.

Izvērstāks un specializētāks bibliotēku būtību skaidrojošs apkopojums pieejams iepriekš aplūkotā dokumenta satelītmateriālā „Radošā Latvija”: Bibliotēku nozares stratēģija 2014–2020”, ko arī izstrādājusi KM, un kas apstiprināts MK 2014. gada 14. oktobrī. Šī ir viena no 15 Latvijas kultūras nozaru stratēģijām, kurās detalizēti aprakstīts katras nozares attīstības mērķis, stratēģiskie rīcības virzieni un aktivitātes. Stratēģijas ir izstrādātas kā kultūras nozares visaptverošs rīcības plāns pamatnostādņu „Radošā Latvija” īstenošanai.

Stratēģija reglamentē, ka LPB ir pieci galvenie darbības (un identitātes) virzieni, kas sasaucas ar pētāmo organizāciju četriem identitātes stūrakmeņiem – LPB kā izglītības, integrācijas, sadarbības veicināšanas un kultūras krustpunkts. (Radošā Latvija: Bibliotēku nozares stratēģija 2014):

- vietējo kopienu iedzīvotāju kultūras, izglītības un mūžizglītības, informācijas un komunikācijas vajadzību nodrošināšana;
- lasīšanas kultūras veicināšana;
- e-prasmju un informācijpratības pilnveidošana;
- dažādu sociālo grupu sadarbības iniciatīvu veicināšana;
- iedzīvotāju radošo interešu un vietējās uzņēmējdarbības atbalstīšana.

Satelītmateriālā aplūkots arī fakts, ka LPB darbojas kā sabiedrības intelektuālā un kultūras potenciāla veicinātāji.

Tomēr, neraugoties uz identitātes dažādajām izpausmēm, dokumentā pausts uzstādījums, kas nosaka nepieciešamību attīstīt bibliotēkas kā svarīgus sabiedrības izaugsmes (tostarp radošās) veicinātājus, vienlaikus sekmējot Latvijas kultūras mantojuma (iespējams, domāta novadpētniecība) pieejamību un popularizēšanu.

Savukārt pētnieciskais ziņojums „Latvijas publisko bibliotēku direktoru Apaļā galda diskusiju materiāli 2014./2015. gadam” ietver informāciju par LPB nozīmīgākajiem sasniegumiem 2014. gadā, galvenajiem darbības secinājumiem, jauniem pakalpojumiem, inovācijām, labāko pieredzi, interesantiem projektiem, netradicionālām norisēm. Arī šie aspekti definē bibliotēku būtību. Apaļā galda materiāli ir BKC veidots ikgadējs pārskata materiāls par LPB iepriekšējā darbības perioda (viens gads) izvērtējumu un nākamā perioda uzdevumiem. Dokuments tiek veidots, jo LNB, kā minēts „Latvijas Nacionālās bibliotēkas likumā”, sekmē Latvijas bibliotēku sistēmas attīstību un atbalstu. Materiāla saturs ir emocionālāks un personiskāks nekā iepriekš pētītie dokumenti, jo šeit apkopotas darbinieku atziņas.

„Latvijas publisko bibliotēku direktoru Apaļā galda diskusiju materiālos 2014./2015. gadam” uzsvērts jau iepriekšminētais apgalvojums, ka „LPB arvien vairāk sevi pozicionē kā kultūras un izglītības centrus, piedāvājot daudzpusīgu pasākumu programmu un aktivitātes.” (Krasovska 2014, 1) Šī identitātes iezīme varētu būt skaidrojama ar Gaismas pils atklāšanu un cenšanos sekmēt līdzvērtīgu (tiesa, miniatūrā variantā) darbību. Tāpat šo institūciju būtību nosaka gluži neordināras funkcijas – piemēram, „vairākas LPB asociē sevi kā norēķinu punktus, jo novados tiek slēgtas banku filiāles. Bibliotēkas arī izīrē telpas vietējās pašvaldības uzņēmumiem. Tur tiek rīkotas iedzīvotāju sapulces, iekārtoti vēlēšanu iecirkņi.” (Krasovska 2014, 1) Šādi LPB darbība akcentē dažādu sociālās dzīves notikumu norišu vietas identitātes aspektu. Būtiski, ka „bibliotēkas arvien biežāk „iziet ārpus sienām”, iesaistoties pilsētas un novada pasākumos vienotās kultūras telpas ietvaros: svētkos, konkursos, kā arī pašas organizē norises ārpus bibliotēkas: brīvdabas ekskursijas, koncertus.” (Krasovska 2014, 2) Šādas darbības apliecina bibliotēku proaktivitāti un centienus meklēt inovatīvus veidus sabiedrības uzrunāšanai un iesaistīšanai dažādās norisēs un bibliotēku ikdienas dzīvē. Paralēli LPB ir sadarbības iniciatori un īstenotāji – „veidojas sadarbība ar citām kultūras, izglītības un sociālajām institūcijām. Notiek savstarpēja dalīšanās ar jaunām idejām un problēmrisinājumiem.” (Krasovska 2014, 2)

Diskusiju materiālos arī minēts, ka aktīvi turpinās bibliotēku infrastruktūru uzlabojumi: „ēku rekonstrukcijas, jaunu mēbeļu iepirkumi, datortehnikas nomaiņa,” (Krasovska 2014, 1) šādi

norādot uz bibliotēku vēlmi pielāgoties mūsdienu IKT standartiem un pozicionēt sevi kā laikmetīgas institūcijas ar izteiksmīgu un simpātisku vizuālo identitāti.

Apkopojot iepriekšminēto, secināms, ka dokumentos LPB tiek identificētas kā vietējās sabiedrības zināšanu un vietējo kopienu saskarsmes un pašiniciatīvu centri. Tie rūpējas par kopienu iedzīvotāju izglītību, nodrošina daudzveidīgus informācijas pakalpojumus, un arvien lielāku lomu ieņem kultūras norises. Līdz ar to publiskās bibliotēkas „uzņemas” sabiedrības intelektuālā un kultūras potenciāla veicinātāju lomu. Nozīmīgi, ka LPB tiek saistītas un to pastāvēšanu nosaka progresa un kvalitātes elementi – tie ir kvalificēti darbinieki, modernizēta infrastruktūra un aktuālas IKT. Turklāt LPB tiekas indivīdi ar dažādām interesēm, tādējādi tās īsteno sociālo integrāciju, paaudžu un tautību sadarbību, mijiedarbību. Sadarbība tiek manifestēta arī veidojot projektus vai pasākumus kopā ar citām institūcijām, uzņēmumiem. Līdz ar to LPB darbība akcentē dažādu sociālās dzīves notikumu norišu vietas identitātes aspektu. Turklāt, pateicoties funkciju un pakalpojumu standartizācijai, LPB pakāpeniski identificējas kā vienots informācijas ieguves un aktivitāšu institūts.

4.1.2. Darbinieku sniegtais Latvijas publisko bibliotēku identitātes vērtējums

LPB darbiniekiem tika izsūtīta elektroniska anketa (skat. 3. pielikumu), ko aizpildīja 384 personas – teju 20% no LPB strādājošo kopskaita (2013. g. ap 2150). (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Bibliotēku statistika 2015). Vidējais darba stāžs: 22 gadi.

Anketā tika uzdoti četri atvērtie jautājumi – darbiniekiem bija jāraksturo LPB kā organizācija, jānosauc unikalitātes, atšķirīguma iezīmes no citām bibliotēkām, jāpiešķir vienots LPB apzīmējums un jānorāda, vai kopš Gaismas pils atklāšanas ir mainījusies LPB būtība. Respondentiem tika lūgts iztēloties, ka pētījums ir par vienu LPB, kas apvieno tās visas.

Izteiktā vairākumā darbinieki raksturo LPB kā dokumentos pausto informācijas, izglītības, kultūras, sabiedriskās saskarsmes vai socializēšanās un novadpētniecības centru ar mērķi nodrošināt daudzveidīgus informācijas pakalpojumus un sniegt atbalstu vietējās kopienas sabiedrības attīstībā. Tiek uzsvērts, ka LPB ir ērti pieejams informācijas resurss izglītībai, darbam, izklaidei, atpūtai, pašattīstībai, taču kopumā – tas ir informācijas krājējs un popularizētājs ārpus Rīgas (lokālās identitātes centrs): „Brīvi pieejamas „sabiedriskās saliņas”, kas garīgi un intelektuāli audzina, veido personību mūža garumā. Te centralizēti pieejami mācību materiāli, daiļliteratūra, zinātniski darbi, notiek koncerti, lekcijas, izstādes, tirdziņi, pat vēlēšanas.” Īpaša uzmanība pievērsta LPB lokācijas apzīmējumam (tiesa, tas mijas ar kultūras un

izglītības nodrošināšanas lomu), kas arī norāda uz pašpozicionējumu: „Lauku bibliotēka ir kā mazs kultūras centrs, jo dažviet arī skolas vairs nav. Bibliotēkas uzdevums ir nodrošināt lietotājus ar kvalitatīvām IKT, atbilstošu un kvalitatīvu literatūru.” Dati uzrāda, ka LPB nodrošina estētisku, patīkamu vidi, lai iegūtu jebkādu informāciju pašizglītībai.

Savukārt, pievēršoties vērtībām, tas primāri ir lasītājs (raksturots pat kā „bibliotēkas karalis”) un krājums („tautas atmiņa”). Izvērsti – „pamatvērtības ir cilvēks kā informācijas lietotājs; informācija kā resurss, kas noder zināšanu (vēsture, kultūra) un prasmju ieguvei; IKT kā rīki, kas padara efektīvu cilvēka un informācijas mijiedarbību, un attīstību.” Līdz ar to iezīmējas LPB sociālās atbildības un informēšanas, kā arī digitālo iespēju nodrošināšanas identitātes aspekts, kas izriet no pēdējos gados uzstādītajām progresīvajām tehnoloģijām. Bieži norādīts, ka, pateicoties datortehnikas iespējām bibliotēkā, apmeklētāji var uzlabot dzīves kvalitāti, attīstīt vaļaspriekus. Paralēli kā vērtība minēta pieejamība un atvērtība plašai sabiedrībai, kas saskan ar LNB – LPB etalona – galveno vērtību: atvērtību. „Domāju, ka pieejamāko un atsaucīgāko iestāžu reitingā bibliotēkai noteikti būtu pirmā vieta!”

Anketā tiek apspriesta arī LPB misija un uzdevumi, kas pārsvarā ir uz klientiem orientēti. No uzdevumiem izriet, ka LPB ir lasītprasmes nostiprinātājas jau no bērnības, kultūras mantojuma apzinātājas un saglabātājas, kā arī novadpētniecības un mūzikizglītības iespēju sekmētājas. Tāpat „LPB sūtība un mērķi ir iekļauties tālākajā sabiedrības informatizācijas procesā, veicināt uz zināšanām balstītas sabiedrības attīstību, piedāvāt to informāciju, ko vēlas saņemt lietotāji, nodrošināt tālākizglītības iespējas un saturīga laika pavadīšanu.” Šī atziņa saskan ar LU Zinātnisko rakstu 646. sējumā minēto, ka „bibliotēkas misija, būtība izpaužas nepieciešamībā savest kopā indivīdus un zināšanas ar mērķi – lai zināšanas radītu garīgu, intelektuālu, ekonomisku un sociālu labumu.” (Sporāne 2002, 62) Citkārt akcentēta klienta vajadzību apmierināšana, kas neaprobežojas tikai ar informācijas sniegšanu: „Bibliotēkām tagad ir ļoti daudz uzdevumu: lasītāju apkalpošana, esam palīgi internetā lauksaimniekiem, studentiem, reizēm bibliotekārs ir pat psihologs. Nāk cilvēki uz veikalu, uz pastu, iegriežas parunāt, pastāstīt bēdas un priekus.” Šādi tiek apliecināta bibliotēku daudzpusība, kas norāda uz identitātes elastīgumu. Savukārt, ņemot vērā, ka „IKT un sinhroni bibliotēkas attīstās – tiek ieviestas automatizētās bibliotēkas sistēmas, WIFI punkti, virtuālās bibliotēkas, attālinātie pakalpojumi –, ” (Sporāne 2002, 56) kā nozīmīgs uzdevums atspoguļojas nepārtrauktā attīstība: „Mums jāpārmainās, jāpilnveidojas, lai būtu noderīgas arī turpmāk. Mūsu misija: Gaismas pils starojums katrā pilsētā un lauku sētā!” Tieši tehnoloģisko, funkcionālo infrastruktūru un

attieksmes pārmaiņa, kurai par pamatu tiek izmantota jaunā LNB ēka un tās funkcionalitāte, ir viens no LPB darbības un identitātes stūrakmeņiem.

Organizācijas identitātes teorija vēsta, ka viena no galvenajām bibliotēku identitātes iezīmēm ir no citām līdzīgām institūcijām atšķirīgie raksturlielumi. Kaut arī katrai pašvaldībai ir savas tradīcijas, kopumā galvenais LPB unikalitātes faktors ir novadpētniecības kultūras mantojuma saglabāšana, lai veidotu retrospektīvu vietējās sabiedrības notikumu hroniku un padarītu to pieejamu ikvienam. Atšķirīguma iezīmju sarakstā ir atsauce arī uz bibliotēku sociālā atbildīguma identitātes aspektu, jo LPB saglabā kultūras krājumu un tradīcijas, pārmantojot jaunajai paaudzei vērtības, kas var izzust. Jāmin arī rūpīgs darbs ar bērniem un jauniešiem, tos iesaistot lasīšanas veicināšanas programmās. Tāpat būtiska loma ir identitāti raksturojošam personālam – profesijas „fanātiķiem”, kuri zemās algas dēļ nav emigrējuši, bet, būdami vienmēr „ieinteresēti „informācijas brokeri”, spēj atbildēt uz jebkuru lietotāja uzdoto jautājumu vai norādīt īsāko ceļu līdz informācijai.” Daudzkārt tiek uzsvērts bibliotēku radošums un bibliotekāru pašizliedzīgais darbs, ar minimāliem resursiem izveidojot ievērojamus pasākumus vai informācijas resursus: „Tas mūs atšķir no ārzemju bibliotēkām.”

Piešķirot LPB apzīmējumus vai definīcijas (skat. 5. pielikumu, 4.1.2.1. att.), 100% respondentu norāda, ka primāri tas, gluži kā fiksēts dokumentos un darbinieku atbildēs, ir vietējās kopienas izglītības un kultūras centrs. 69% uzskata LPB par sociālā atbalsta (mācību, pašattīstības) institūciju, 65% darbinieku sliecas par labu bibliotēkai-satikšanās vietai. Savukārt tikai 40% LPB uzskata par Latvijas un pasaules literārā krājuma krātuvi. Turpretī 35 % aptaujāto izjūt LPB kā LNB saistītu daļu (vēlme līdzināties Gaismas pilij gan pakalpojumu, gan iespēju, gan laikmetīgās telpas ziņā). 8% gadījumu dots cits apzīmējums – piemēram, „vietējā kultūras mantojuma apzinātāja, glabātāja un popularizētāja”, „izklaides vieta”, „drukāšanas, kopēšanas centrāle”.

Interesējoties, vai kopš Gaismas pils atklāšanas ir mainījusies LPB būtība, pozitīvi atbildēja 25% respondentu. Tomēr atbilžu saturs un „svars” šo skaitliski salīdzinoši nelielo viedokli padara vērā ņemamu. Kaut arī LPB darbība LNB atklāšanas dēļ nemainās, tiek norādīts, ka ir cēlies bibliotēku kopējais prestižs un, pateicoties LPESP, arī LPB (kā dažādu LNB starpnozaru projektu partnera) atpazīstamība citās valstīs. LNB darbojas arī kā LPB rupors, saistītājs un iedvesmotājs: „Pateicoties LNB pakalpojumu, pasākumu reklāmai, cilvēki vairāk uzzinājuši arī par citu bibliotēku iespējām. Nu varam vairāk sevi identificēt kā tīkla struktūru. Vienlaikus LNB fenomens liek „mums” censties būt unikālām katrai individuāli.” Nebūtu korekti

sacīt, ka Gaismas pils izmainījusi LPB identitāti, bet gan drīzāk tēlu, jo, kā atzīst respondenti, ir pieaugušas iedzīvotāju labās atsauksmes vai nereti pat lepnums par savu vietējo bibliotēku, tiek pamanītas izremontētās telpas, rīkote pasākumi. „Pozitīvu gaisotni veicina arī ceļojošā izstāde „Latvijas mazās Gaismas pilis” (atspoguļotas pēdējo gados renovētās LPB).” Kopumā, LPB darbinieki pēc Gaismas pils atvēršanas jūtas vienotāki, LPB sabiedrībā tiek pievērsta lielāka uzmanība un atbalsts, to pakalpojumi tiek izmantoti, norises apmeklētas, un tiek veicināta motivācija pildīt LPB misiju – stiprināt publiskās bibliotēkas kā uz attīstību orientēta, atvērta, sociāli atbildīga izglītības, kultūras un socializēšanās centra identitāti.

Pētījuma ietvaros veikta arī LPB identitātes analīze, izmantojot Dž. Hofštedes un J. Hofštedes sešu identitātes dimensiju modeli (skat. 6. pielikumu, 4.1.2.1. tab.).

4.2. Latvijas Nacionālā bibliotēka

„LNB ir nacionālas nozīmes kultūras, zinātnes un izglītības centrs, dibināts 1919. gada 29. augustā. To pārrauga LR KM.” (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Par institūciju 2015) LNB kā universālas zinātniskās bibliotēkas pamatuzdevums ir veidot un saglabāt nacionālās un pasaules literatūras krājumu, nodrošināt tā ilglaicīgu un brīvu pieejamību ikvienam iedzīvotājam un veicināt tā radošu izmantošanu. „Vairāk nekā 4 miljonu vienību lielā LNB krājuma kodols ir izdevumi par Latviju un latviešiem, Latvijā izdotie, kā arī latviešu autoru darbi,” (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Par bibliotēku 2015) vienlaikus bibliotēka aptver visu zinātņu nozaru specializētos izdevumus. „LNB ir arī Latvijas bibliotēku darba teorētiskās izpētes un prakses analīzes centrs – tas nodrošina valsts bibliotekāro un informatīvo apkalpošanu, īsteno nozares standartizāciju, (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Par bibliotēku 2015), pildot Latvijas bibliotēku „jumtorganizācijas” lomu.

Kopš 2014. gada LNB izvietota jaunā ēkā – pasaulē atzītā latviešu izcelsmes arhitekta Gunāra Birkerta (ASV) projektētajā Gaismas pilī –, kas nu kļuvusi par Rīgas pilsētas simbolu un modernām tehnoloģijām aprīkotu daudzfunkcionālu izziņas vietu. „Gaismas pils ir nozīmīgākais 21. gs. kultūras infrastruktūras projekts Latvijā, kas bibliotēku prezentē kā mūsdienīgu un radošu pasaules līmeņa informācijas centru,” (Dripe 2014, 2) piedāvājot krājumu, pakalpojumus un vidi izglītībai, pētniecībai, pašattīstībai un atpūtai, kā arī – nodrošinot platformu visdažādāko aktivitāšu un norišu rīkošanai.

Kopš 1989. gada LNB direktors ir Andris Vilks.

4.2.1. Dokumentos fiksētā Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitāte

LNB darbības pamatojumu, funkciju raksturojumu un pašreprezentāciju regulē specifiska valsts kultūrpolitikas nostādņu sistēma. Tā saistīta ar dažādiem dokumentiem – piemēram, KM nolikums un darbības stratēģija, MK deklarācija par esošās valdības darbību, „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.–2015. gadam” un deviņi LR normatīvie akti, taču vispilnīgāk LNB būtības pašpozicionējums iztirzāts divos dokumentos – likumā „Par Latvijas Nacionālo bibliotēku” (jaunā versija: „Latvijas Nacionālās bibliotēkas likums”) un „Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģijā 2014.–2018. gadam”.

Likums „Par Latvijas Nacionālo bibliotēku” pieņemts 1992. gada 16. decembrī, stājies spēkā 1993. gada 23. janvārī, un joprojām ir aktīvs. To izdevusi LR Augstākā Padome ar mērķi noteikt LNB juridisko statusu, darbību, pārvaldības, finansēšanas un uzraudzības kārtību. Šis likums ir institūcijas pienākumu un pilnvaru juridiski reglamentējošs ietvars. Šobrīd izstrādes procesā ir tā jaunākās versijas projekts (izmantots pētījumā), ko veido LNB SAN. Faktiski, nacionālā līmenī šis ir nozīmīgākais un ietekmīgākais LNB darbību proponējošais dokuments.

Lūkojoties no identitātes iezīmju aspekta, likuma iesākumā (2. panta 2. punkts) norādīts, ka „LNB darbības mērķis ir nodrošināt nacionālā publicētā mantojuma uzkrāšanu, saglabāšanu un izmantošanu, un atbalstīt zināšanu sabiedrības veidošanos Latvijā.” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas likums) Šādi iezīmēta LNB identitātes pamatbūtība – primāri institūcija ir valstiski nozīmīgu materiālu uzkrāšanas un realizācijas, nolūkā veicināt indivīdu izglītošanos un attīstību, īstenotāja. Neatkarīgi no laikmeta vai, teiksim, ārējā veidola, institūcijas virsmērķis ir ļoti konkrēts un pat sociāli atbildīgs, un tā esamība ir viens no organizācijas identitātes stūrakmeņiem. Savukārt 4. panta 1. punkts specifiski definē organizācijas funkcijas: piemēram, **nodrošināt piekļuvi informācijas resursiem**, kas ir nozīmīgi Latvijas kultūras, izglītības, zinātnes un tautsaimniecības attīstībai; **sniegt informācijas pakalpojumus sabiedrībai**; **veikt nacionālās bibliogrāfijas centra funkcijas**; **sniegt atbalstu kultūras nozarei**; **vadīt Latvijas bibliotēku sistēmas attīstību**; **sniegt atbalstu Latvijas bibliotēkām un izdevējiem**; **atbalstīt sabiedrības lasītprasmes, rakstpratības, informācijpratības un medijpratības attīstības procesus**; **atbalstīt formālās, neformālās, interešu un mūžizglītības procesus**; **popularizēt Latvijas un pasaules kultūras un zinātnes mantojumu**. Šie uzdevumi manifestē LNB darbības daudzpusīgos virzienus un, saskaņā ar organizācijas sociologu S. Alberta un D. Vetena pausto, izceļ institūciju kā unikālu un atšķirīgu no citām līdzīgām. Respektīvi, caur praktiskās darbības principiem tiek atspoguļotas bibliotēkas rakstura īpašības un iezīmes, kas piešķir tai stabilitāti un

vienotību. (Cornelissen 2011, 63) Precīzākai LNB identitātes aspektu iezīmēšanai maģistra darba autors veicis atsevišķu funkciju atslēgvārdu ietonējums, paverot interesantu semantiskā vēstījuma ainu, kas arī saistāma ar sociālo atbildību. Proti, fiksējams, ka izceļas LNB kā krājuma veidotāja, informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līdera, kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības procesu atbalstītāja, attīstītāja un galvenā informācijas „pārvaldnieka” loma. „Tas” uzkrāj, saglabā, nodrošina piekļuvi, attīsta, vada un veic mērķtiecīgus un ilgtspējīgus uzdevumus. Likums akcentē arī LNB kā reģistrētas izglītības iestādes statusu (7. pants, 3. punkts), tādējādi vēl vairāk uzsverot organizācijas lomu sabiedrības „audzināšanas”/„izglītošanas” procesā. Citkārt 5. panta 1. un 2. punkts īsi pievēršas LNB raksturošanai caur krājumu: „LNB fiziskais un digitālais krājums ir nacionālā bagātība, kas veido daļu no nacionālā krājuma.” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas likums). Proti, LNB ir arī vērtību glabātuve, piešķirot organizācijai it kā materiāli izmērāmu nozīmi. Iespējams, šāda situācija var veicināt darbinieku pozitīvu identifikāciju ar organizāciju, jo tās „saturs” rada iespaidu, kā par kaut ko dārgu un būtisku.

Turpretī „Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam” ir saturiski ietilpīgāks un izsmeļošāks dokuments, kas ietver aprakstu un analīzi par LNB vispārīgo, līdzšinējo un plānoto darbību, misiju, vīziju, vērtībām, pakalpojumiem, darbības virzieniem, nākamā četrgadē darbības perioda mērķiem, institucionālās pilnveides procedūrām, LNB darbības nodrošinājuma instrumentiem, finansēm u.c. Dokumentu 2014. gadā izstrādājuši SAN un KM speciālisti, un kopumā tas kalpo kā bibliotēkas vidējā termiņa stratēģisko, prioritāro darbības virzienu noteicējs vai regulators, sistematizētājs un vienotības piešķirējs. Būtiski, ka no stratēģijas izriet institūcijas un tās struktūrvienību darba plāns. Savā ziņā šo dokumentu varētu definēt kā organizācijas stratēģisko aktivitāšu programmu.

LNB stratēģijā noteiktās prioritātes un uzdevumus, un līdz ar to – arī identitāti – nosaka fakts, ka dokumenta aktīvais periods sakrīt ar laiku, kad bibliotēka uzsāk darbību jaunajā ēkā. Gaismas pils rada jaunas iespējas LNB: „Visnozīmīgākais ir ieguvums klientiem, kuri iegūst moderni aprīkotu vidi zināšanu ieguvei, sevis bagātināšanai, radošajām izpausmēm – Baltijā lielāko brīvpieejas krājumu, audiovizuālās darba stacijas, telpas norisēm un individuālajām studijām.” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) „Tāpat jaunā ēka ļauj organizēt apjomīgu un augstvērtīgu publisko pasākumu programmu (koncerti, izstādes, konferences, diskusijas, lekcijas, izrādes), padarot LNB par aktīvu un atraktīvu kultūras, zinātnes un izglītības centru, kas kalpo visas Latvijas sabiedrības intelektuālajai attīstībai.” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) Šie divi citāti spilgti un kodolīgi

apliecina organizācijas jauno praktisko un būtības veidolu – proti, mūsdienīgas un plaši izmantojamas telpas atspoguļo bibliotēku kā laikmetīgu un multifunkcionālu pasaules līmeņa komunikācijas, informācijas un norišu centru, kas veicina arī visas valsts tautsaimniecisko progresu. To pašu nosaka arī LNB misija, paredzot organizācijai veicināt radošu kultūras un zinātnes mantojuma izmantošanu, atbalstot Latvijas izaugsmi. „Vienlaikus LNB ir un tai vēl vairāk jāklūst par cilvēku satikšanās vietu, tūrisma objektu, Eiropas mēroga pasākumu epicentru” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) (līdz šim brīdim – Rīgas kā Eiropas kultūras galvaspilsētas aktivitāšu centrs, konferences „LIBER” mītnesvieta, LPESP centrālā norišu vieta).

Paralēli jaunās ēkas radītajām identitātes iezīmēm, nozīmi nav zaudējuši LNB identitātes pamatprincipi. Pirmkārt, organizācija rūpējas par nacionālā publicētā krājuma attīstību un veidošanu. (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) Tādējādi bibliotēka ir valsts mēroga dokumentāro materiālu arhīvs. Turklāt, saskaņā ar stratēģiju, LNB ir definējama arī kā nacionālas nozīmes e-resurss, jo tās krājumā ir vairāk, nekā 3 miljoni digitalizētu materiālu. Otrkārt, stratēģija pauž, ka LNB ir arī nozīmīga studiju atbalsta un zinātniski pētnieciskā bibliotēka, ko izmanto visu Latvijas augstskolu studenti, pētnieki, nozaru speciālisti. Līdz ar to, šī bibliotēka rūpējas par intelektuālas, konkurētspējīgas sabiedrības veidošanu.

Izceļami, ka LNB kalpo kā Latvijas bibliotēku sistēmas kompetences centrs, kas nodrošina zināšanu pārnesi visai bibliotēku sistēmai. „LNB uzkrāj labākās prakses pieredzi un sniedz to citām bibliotēkām, veido metodiskos materiālus, organizē bibliotekāru apmācības, veic nozares zinātniskās izpētes darbu, vada projektus.” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) Lai to paveiktu, darbiniekiem jāuztur augsts zināšanu līmenis savās darbības jomās. Izriet, ka būtiska ir darbinieku apmācība, šādi veicinot viņu identificēšanos ar organizāciju, kas par tiem „rūpējas” un iegulda profesionālās pilnveides aktivitātēs.

Tāpat LNB pašreprezentē sevi arī caur noteiktām vērtībām – atvērtību, kompetenci un kvalitāti (Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam) –, kultivējot tādus identitātes aspektus kā viesmīlība un atvērtība sadarbībai, darbinieku profesionalitāte un pakalpojumu augstvērtība. Šie ir stratēģiski plānoti darbību noteicoši elementi, kas balstās uz LNB darbinieku vienprātības principa radītā darbības filozofijā.

Kopumā, vērojami LNB un LPB identitāšu saskarsmes punkti (bibliotēkas kā izglītības un/vai kultūras centri, jo LNB, kalpojot kā Latvijas bibliotēku sistēmas kompetences centrs, kas nodrošina zināšanu pārnesi un atbalstu visai bibliotēku sistēmai, pilda bibliotēkas etalona funkciju), taču LNB pašdefinīcijas ir daudzpusīgākas. Primāri LNB piemīt valstiski nozīmīga materiālu uzkrāšanas un realizācijas, nolūkā veicināt indivīdu izglītošanos un attīstību, īstenotāja identitāte. Iespējams, visaptverošākā identitātes definīcija pausta likumā, kas izceļ LNB kā krājuma veidotāja, augstvērtīgu pakalpojumu, kvalitatīvas informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līdera, kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības procesu atbalstītāja, attīstītāja un galvenā informācijas „pārvaldnieka” lomu. Vienlaikus, LNB ir arī vērtību (nacionālais krājums – tautas bagātība) glabātuve.

LNB darbības stratēģijā spilgti un kodolīgi apliecina plaši popularizētā, pakāpenisku attīstību piedzīvojošā organizācijas identitātes šķautne, pilnveidojums – proti, mūsdienīgas un plaši izmantojamas telpas atspoguļo bibliotēku kā viesmīlīgu, uz sadarbību vērstu multifunkcionālu komunikācijas, informācijas un norišu centru. Taču nākotnes perspektīvā dokumenti paredz LNB iegūt izteiktu cilvēku satikšanās vietas, tūrisma objekta un starptautiska līmeņa pasākumu norises vietas lomu.

LNB ir arī valsts mēroga dokumentāro materiālu arhīvs un nacionālas nozīmes e-resurss, kā arī studiju un zinātniski pētnieciskās darbības atbalsta bibliotēka, bibliogrāfisko datu sniedzējs.

4.2.2. Darbinieku sniegtais Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitātes vērtējums

LNB darbiniekiem tika izsūtīta elektroniska anketa (skat. 4. pielikumu), ko aizpildīja 182 personas – teju 50% no LNB strādājošo kopskaita (pašlaik 389). (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Personāla daļa 2015). Vidējais darba stāžs: 10 gadu.

Anketā tika uzdoti četri atvērtie jautājumi: darbiniekiem bija jāraksturo LNB kā organizācija, jānosauc unikalitātes iezīmes, jāpiešķir vienots LNB apzīmējums un jānorāda, vai kopš Gaismas pils atklāšanas ir mainījusies LNB būtība.

Vērtējot darbinieku sniegto vispārējo LNB raksturojumu, iezīmējas trīs tendences – ap 55% respondentu pauž, ka LNB, pirmkārt, ir valsts nozīmes zinātniskā bibliotēka jeb nacionālo vēsturisko kultūras vērtību glabātāja un pasaules informacionālo materiālu piekļuves punkts izglītības un zinātnes attīstības veicināšanai Latvijā un pasaulē. Šis definējums atbilst LNB likumā un dokumentos noteiktajam virsuzdevumam un nacionālo bibliotēku specifikai, ar ko ikdienā praktiski sastopas darbinieku vairākums – bibliogrāfi. Tāpat sniegti neformālāki

pozicionējumi: „LNB ir viens no Latvijas kultūras un zinātnes pīlāriem, kas vērsts uz klienta informācijas un kultūras vajadzību apmierināšanu. Nacionālās identitātes glabātāja. Pētniecības meka. Sabiedrības izglītotāja.” Savukārt 30% atbilžu iezīmē bibliotēkas identitātes jauno, papildinošo, pakāpeniski īstenojamo daļu, proti: „LNB kļūst par multifunkcionālu, starptautisku un starpdisciplināru iestādi, kas vairs nav nacionālā bibliotēka tās pamatizpratnē. Globāli tas ir 21. gs. sabiedrības, zinību un pasākumu centrs.” B. Sporāne min, ka „bibliotēku tradicionālās funkcijas paplašinās. Bibliotēkām ir jauni darbības mērķi – kļūst par globāliem un daudzfunkcionāliem centriem.” (Ozoliņa 2005, 411). Interesanti, ka šajos būtības aprakstos izzūd nacionālās institūcijas identitātes šķautne, bet akcentējas starptautiskais statuss. Turpretī 15% darbinieku LNB raksturo gan vispārīgāk, gan šaurāk (no sabiedrības un sava profesionālā skatupunkta) – kā „valsts simbolu”, „pētniecības centru”, „bibliotēku attīstības un metodisko centru”, „bibliotēku un lasītprīka popularizētāju”. Atsevišķi aptaujātie vienā raksturojumā ietver visu iepriekšminēto, rakstot, ka LNB ir informācijas un zināšanu, nacionālā krājuma saglabāšanas, izstāžu, koncertu, informācijas un jaunrades centrs ar mērķi saglabāt un padarīt pieejamu nacionālo krājumu, atbalstīt citas kultūras organizācijas, kā arī nodrošināt daudzveidīgas kultūras izpausmju formas. Tomēr iepriekšminētos viedokļus papildina bažas, ka jaunā – „kultūras nama” loma nomāc patiesos mērķus, tādēļ, šķiet, ka būtība ir izplūdusi, to nevar vienlaidus definēt. Aplūkojot vērtības, tiek uzsvērts LNB „saturs” – daudzveidīgais nacionālais krājums, nozares pētniecība, augstvērtīgie kultūras un izglītības pakalpojumi, kompetents personāls un atvērta vide pašizpaušmei, kas apliecina LNB stratēģijā pausto – atvērtība, kompetence, kvalitāte. Vairums darbinieku min arī tieši šo kombināciju, bet akcents ir pirmajai vērtībai: „LNB ir vieta visiem Latvijas iedzīvotājiem, kur mācīties, strādāt un atpūsties.” Tiek runāts arī par mazāk „taustāmām” vērtībām – tradīcijas, pieredze, novatorisms un atvērtība ikvienam. Interesanti, ka cilvēks jeb klients, lasītājs tiek uztverts par pašsaprotamu bibliotēkas „daļu”, un to pie vērtībām nemin. Taču uzsvāri likti LNB jomu daudzpusībai: „Lielākā vērtība ir tā, ka šeit satiekas gan kultūra, gan izglītība, gan zinātne visplašākajās izpaušmes formās,” un šāds vērtību pozicionējums norāda uz Gaismas pils sniegtajām iespējām, LNB pamatidentitātes attīstību.

Anketā tiek apspriesta arī LNB misija un uzdevumi, kas vairumā gadījumu mijas. Tā piedāvāti viedokļi, ka LNB misija ir saglabāt kultūru – nacionālo grāmatu un citu kolekciju izdevumus –, un padarīt tos pieejamus esošajām un nākamajām paaudzēm, kā arī veidot Latvijas iedzīvotājus par konkurētspējīgu zināšanu un kultūras sabiedrību. „LNB jābūt sabiedrības

konkurētspējas un harmoniskas personības attīstības nodrošinātājam.” Šeit īpaši iezīmējas apziņa par sabiedrības ilgtspēju, tātad sociālā atbildīguma aspekts. Citkārt tiek runāts, ka „LNB sūtība ir radošuma un jaunrades atbalsts, lai veicinātu kultūras un tautsaimniecības progresu.” Iepriekšminētais veido saskaņu ar LNB oficiālo misiju, proti, „veicināt radošu kultūras un zinātnes mantojuma izmantošanu, atbalstot Latvijas izaugsmi.” Runājot par to, ka LNB jābūt vadošajiem speciālistiem bibliotēku nozarē, jākultivē atvērtība un orientācija uz lasītājiem, misija gan norāda uz specifisku nozares sūtību, gan sasaucas ar institucionālajām vērtībām. Pastāv arī emocionāli viedokļi, kas saistīti ar Gaismas pils radīto patosu un pašapziņu: „Mums jāveicina 2 miljonu iedzīvotāju lepnums par savu valsti! Jānes gaisma!! Jāiedvesmo!!!” Savukārt LNB uzdevumi ir praktiskāki, taču tajos parādās arī pilnveidotā identitāte: saglabāt un izsniegt nacionālo grāmatu un citu kolekciju izdevumus, nodrošināt bibliotēkas informācijas pakalpojumu pieejamību, izglītot sabiedrību un pasākumus gan nacionālā, gan starptautiskā līmenī. Jāteic, ka uzdevumu apraksts pieturas pie tradicionālām būtības izpausmēm uzdevumu formātā: „LNB vajadzētu gādāt par latviešu nacionālās grāmatniecības krājuma no vissenākajiem laikiem līdz mūsdienām saglabāšanu un bibliografēšanu; izsniegt to lasītājiem galvenokārt darba vajadzībām un padziļinātiem hobijiem.” Tāpat fiksējama saikne ar LNB stratēģijā pausto, ka LNB veido sasaisti starp valsts bibliotēkām, līdz ar to kā uzdevums tiek izvirzīts arī „nozares ekspertu un speciālistu koncentrēšana, bibliotēku nozares attīstīšana.”

Runājot par atšķirībām ar citām bibliotēkām, LNB unikālu padara vairāki spilgti fakti. Pirmkārt, LNB ir lielākā nacionālā publicētā literārā un dokumentārā krājuma glabātuve pasaulē: „Šeit pastāv vispilnīgākais visos laikos Latvijas teritorijā un par Latviju izdoto grāmatu krājums, kas apkopots unikālās kolekcijas.” Vienlaikus LNB ir universāla daudzprofilu bibliotēka, kas apkalpo visdažādākās sabiedrības grupas. Otrs unikalitātes elements pasaules kontekstā ir jaunā ēka un tās korporatīvais simbolisms, kas stiprina ne tikai identitāti, bet arī tēlu. Tā, pēc darbinieku domām, ir „izcils arhitektūras objekts, vizuāli pievilcīga, un paver plašas iespējas dažādot informācijas ieguves formātus.” „Tagad, pateicoties jaunceltnei, šī institūcija lauž stereotipus par bibliotēku, kā par māju, kur nav nekā cita, ko darīt, kā tikai šķirstīt vārdnīcas;” „Bibliotēka, kā mūsdienīgs kultūras centrs, ne tikai klusa grāmatu glabātuve.” Tiek uzsvērtas arī jaunās IKT, plašais specializēto datorprogrammu skaits, Bērnu literatūras centrs, kas ir iekļauts tikai dažās pasaules nacionālajās bibliotēkās. Īpašs uzsvars ir arī personālam kā identitātes elementam – tiek izcelta saliedēta, pieredzējusi un profesionāla komanda, direktora A. Vilka spēcīgā personība,

lielais darbinieku skaits bibliotekārajās un citās nozarēs, kuri nodrošina sekmīgu iestādes darbību, kā arī visas valsts bibliotēku sistēmas darbības atbalsta loma.

Piešķirot LNB apzīmējumus vai definīcijas (skat. 5. pielikumu, 4.2.2.1. tab.), 87% darbinieku norāda, ka LNB jau šobrīd iemieso daudzfunkcionāla izglītības, kultūras, zinātnes, komunikācijas un norišu centra būtību, kas, ticams, pateicoties jaunajai ēkai. Interesanti, ka nākamajā nodaļā A. Vilks paudīs, ka šāda centra pozicionējums vēl ir tikai LNB mērķis. 74% atspoguļo LNB galveno uzdevumu, norādot, ka šī ir nacionālā literārā krājuma glabātāja. 63% respondentu domā, ka LNB ietver tūrisma apskates objekta identitāti (jaunās ēkas „nopelns”), savukārt puse jeb 50% vērš uzmanību uz LNB kā LPESP centrālo norišu vietu, kas ir bibliotēkas identitātes un tēla papildinājums uz pusgadu. Tiesa, tā „nospiedumi” sabiedrības priekšstatos par LNB ir jūtami jau tagad, un nav zināms, cik tie būs ilglaicīgi. 36% – LNB kā Latvijas bibliotēku kompetences centru. Tikmēr 33% gadījumu no LNB definējuma izriet, ka tās identitāte ir saistīta ar fizisko veidolu – proti, bibliotēka ir Gaismas pils – valstiskās neatkarības un gudrības simbols, kā arī Rīgas pilsētas vietzīme. 21% norāda uz LNB kā satikšanās vietu, savukārt 3% darbinieku ir citas versijas – „izstāžu zāle”, „koncertzāle”, „skeitparks” u.tml.

Interesējoties, vai kopš LNB jaunās ēkas atklāšanas ir mainījies LNB būtība, pozitīvi atbildēja 90% respondentu. Tiek uzsvērts, ka pārmaiņas piedzīvo misija – būt par valsts līmeņa norišu centru, kā arī iespējas, funkcionālie aspekti, piedāvājot daudz plašākas iespējas ārējai komunikācijai ar dažādām sabiedrības un interešu grupām. Orientēšanās uz kultūras, mākslas, izglītības pasākumiem tagad ieņem būtisku vietu blakus ierastajām funkcijām, ko nosaka ēkas iespējas un sabiedrības gaidas. Gaismas pils funkcijas ļauj LNB pilnvērtīgi īstenot jauno, mūsdienīgo, citās Eiropas valstīs realizēto un sabiedrības pieprasīto, gaidīto identitāti. Daudz tiek pieminēts fakts, ka LNB ir kļuvusi praktiskāka – apvienojot piecas decentralizētas ēkas, lasītājiem ir daudz lielākas iespējas iegūt nepieciešamo informāciju ātrāk. Šobrīd daudz veiksmīgāk ir iespējams reaģēt uz lasītāju vajadzībām, dialogs veidojas vienkāršāk un produktīvāk. Vienlaikus „jaunās telpas un to iespējas, notikumi ļauj plašākai sabiedrībai mūs pamanīt, ieraudzīt un saprast, ko darām, kāds katram pašam var būt ieguvums, apmeklējot bibliotēku.” Līdztekus ar jauno ēku ir sākusies jauna ēra LNB – „tā iekļauj jaunu aprīkojumu, jaunus pakalpojumus, iepriekšējie pakalpojumi piedāvāti plašākā spektrā un nesalīdzināmā kvalitātē, jo māja ir „apgarota” ar svaigumu.” No atbildēm secināms, ka jaunā ēka ir padarījusi LNB par nācijas lepnumu un nacionālās identitātes būtisku sastāvdaļu, un vismaz idejiski darbinieki identificējas kā „Gaismas pils” pārstāvji, latviskā un Latvijas simbols. Jauno būtības

pārmaiņu atskaņas ir dzirdamas arī sabiedrībā, jo sabiedrība LNB uztver „nopietnāk”. Pēc rezultātiem – strādāt bibliotēkā tagad ir prestiži, turklāt atklājas vēl nepieminēta bibliotēkas identitātes šķautne – LNB kā darbavieta ir kļuvusi populārāka jauniešiem.

Pētījuma ietvaros tika veikta arī LNB identitātes analīze, izmantojot Dž. Hofštedes un J. Hofštedes sešu identitātes dimensiju modeli (skat. 7. pielikumu, 4.2.2.1. tab.).

4.3. Bibliotēku identitātes Andra Vilka vērtējumā

Pilnu intervijas transkriptu skatīt 8. pielikumā.

LNB direktors A. Vilks intervijas laikā raksturo gan bibliotēku identitātes kopumā, gan pievēršas konkrēti LNB būtībai; atsevišķi uzsvāri veltīti LPB. Turpmākajā tekstā tiks atspoguļots arī A. Vilka viedokļa par LPB un LNB identitātēm pretnostatījums kultūrpolitikas un plānošanas dokumentos manifestētajām šo institūciju identitātēm, kā arī identitātes teorētiskā apraksta nodaļās paustajam.

„Galvenokārt – bibliotēka ir vieta komunikācijai, kāda citā publiskā telpā nav iespējama. Šeit komunikācija ir visorganiskāk integrēta organizācijas vidē – šeit tai ir atbilstošs konteksts, infrastruktūra, materiāli tehniskā bāze, atbalsts,” bibliotēku būtību caur to praktiskā izmantojuma prizmu pozicionē A. Vilks. Bibliotēkas ir dialoga platformas gan, piemēram, studentiem un mācītspēkiem, gan lasītājiem savstarpēji, gan pasākumu apmeklētājiem, rīkotājiem un dalībniekiem – tās ir starpnieki starp informāciju un zināšanām. A. Vilka paustais komunikācijas aspekts veido saskaņu ar vispārējām bibliotēku definīcijām (piemēram, „IFLA” vai UNESCO manifestos, dokumentos, enciklopēdiskajās vārdnīcās u.tml.), kur akcentēta bibliotēku kā saziņas un izziņas institūciju pozīcija.

Iesākumā izceļams ir A. Vilka uzskats par dokumentu lomu identitāšu formēšanā, tādējādi iezīmējot racionālu nostāju par saikni starp idealizētām bibliotēku darbības vadlīnijām un institūciju reālo darbību. Varētu teikt, ka dokumenti tehniski piešķir bibliotēku juridiskajām un vēlamajām praktiskajām darbībām, pamatuzdevumiem likumisku un regulējošu rāmējumu, taču par „saturu”, kas vistiešākajā veidā formulē identitāti – iekšējām vērtībām, standartiem, mērķiem – atbild bibliotēkas. Pēc A. Vilka domām, standartizētajiem identitāšu uzstādījumiem jāatrodas mijiedarbībā ar organizācijas noteiktām, tās vadībai un darbiniekiem praktiski un morāli saprotamām un simpatizējošām nozīmēm, vērtībām un reāli izpildāmiem mērķiem. Dokumentos nav pausti konkrēti Latvijas bibliotēku būtības unikalitātes faktori, kas tās atšķirtu no citām. A. Vilks stāsta, ka ir nekorekti uzsvērt kādas fundamentālas atšķirības, jo visa pasaules bibliotēku

sistēma darbojas vienotā tīklā – pastāv savstarpēja ietekme, atbalsts un saistība. Šīs atziņas kontekstā jāmin fakts, ka, pateicoties tīkla sistēmai, LPB pakāpeniski identificējas kā vienots informācijas ieguves un aktivitāšu institūts. Minētā situācija varētu palīdzēt arī sabiedrībai, uzņēmumiem un citām organizācijām LPB laika gaitā sākt uztver kā vienotu veselumu vai vienas sistēmas daļu, nevis ko nošķirtu. Savukārt LNB ar to ir saistīts kā Latvijas bibliotēku sistēmas kompetences un atbalsta centrs.

Tiesa, kā LNB identitātes unikalitāti A. Vilks nosauc LNB stratēģijas vērtības – atvērtību un kompetenci. Viņš cer, ka LNB uz citu bibliotēku fona izceļ vispārēja demokrātija – daudzveidīgai sadarbībai, radošu ieceru īstenošanai, tas pats attiecas uz personāla politiku (kopš LNB pirmsākumiem) un viesmīlību pret apmeklētājiem (izziņas iespēju un radošu aktivitāšu sniegšana). Demokrātijas elements ir saistāms ar spoguļa tēlu, kas atspoguļo priekšstatus, kas par organizāciju piemīt tās locekļiem, kuri savukārt uzskata, ka šādus priekšstatus, tēlu atšifrē arī ārējās auditorijas. Otrs unikālais identitātes aspekts ir orientēšanās uz nemitīgu darbinieku zināšanu pilnveidi, jo LNB vadība uzskata, ka personālam ir jābūt izglītotam. Šī būtības sastāvdaļa iekšēji tiek īpaši kultivēta. Vienlaikus, „nemitīgā mācīšanās un attīstība ir faktors, kas bibliotēkas iekšējo vidi maina atbilstoši ārējām izmaiņām, jauninājumiem” uzskata A. Vilks.

Iepriekšminēto LNB atvērtības aspektu iespējams sasaistīt ar bibliotēku mūsdienu pozicionējumu. LPB gadījumā jāakcentē orientēšanās uz vietējo sabiedrību – dokumentos pausts, ka reģionu bibliotēkas galvenokārt ietver vietējo kopienu izglītības atbalsta, saskarsmes un pašiniciatīvu centru identitāti. A. Vilks šādi definētu publisko bibliotēku būtību atbalsta, sakot, ka bibliotēka ir izglītības, karjeras, vaļasprieku, jaunu zināšanu sākumpunkts. Šīs fundamentālas dzīves sastāvdaļas, viņaprāt, jo sevišķi svarīgas ir reģionos. „Bibliotēka vietējās kopienās ir fenomens gan kultūras, gan sociālajam (saskarsmes) procesam. Tās palīdz ar zināšanu apguvi, veicina sadarbību, nodrošinot vidi mācībām un kultūrai, veicina radošās sinerģijas un pasākumus, no kuriem apmeklētāji intelektuāli un emocionāli bagātinās.” Gluži organiski no iepriekšminētā izriet sociālās atbildības aspekts. Protams, LPB ir konkrēti pamatuzdevumi (nacionālā krājuma saglabāšana, tā pieejamības nodrošināšana), taču direktors uzsver – „atbalsta un atbildības faktors ir ļoti liels, pat primārs.”

Savukārt LNB mūsdienu pašdefinīcija ir plašāka. Darbības stratēģijā sevi spilgti apliecina jau teju kulta statusu ieguvusī identitāte – viesmīlīgs, uz sadarbību vērst, multifunkcionāls pasaules līmeņa komunikācijas, informācijas un norišu centrs. A. Vilks šo eklektisko un ambiciozo pozicionējumu vēl uzskata par mērķi – vēlamu, idealizēto paštēlu. Viņaprāt, identitāte

nenoliedzami pilnveidojas, un šobrīd kolektīvam jārod dažādi veidi, kā savienot bibliotēkas tradicionālo lomu un saturu ar laikmeta un jaunās ēkas piedāvātajām funkcionālajām iespējām jeb – kā savienot bāzes identitāti ar tās jaunajām attīstības šķautnēm. A. Vilks piedāvā domu, ka mūsdienās bibliotēka kļūst par procesu sastāvdaļu, nevis atsevišķu institūciju, kas „no viena gala līdz otram ir tikai bibliotēka. Proti, ja bibliotēkā glabājas notis un ir pieejama koncertzāle, tad kultūras procesu (koncertu) iespējams organizēt bibliotēkā, izmantojot un popularizējot arī tās krājumu.

Organizācijas identitātes teorija pauž, ka, lai organizācijas darbība būtu sekmīga un rezultatīva, tās identitātēm būtu jāmijiedarbojas ar visu tajā ietilpstošo personu identitātēm, un darbiniekiem jāsteno paškategorizācija ar organizāciju. A. Vilks pauž, ka Latvijas bibliotēkās strādājošo personu vērtību sistēmā dominē entuziasms. Viņaprāt, katra darbinieka vērtību un emocionālajā sistēmā ir kāds augstāks iemesls (par algu), motivējošs faktors, kas mijiedarbojas ar bibliotēkas pamatvērtībām. Līdz ar to varam runāt par identitāšu saskaņu un darbinieku lojalitātes līmeņa pret organizāciju paaugstināšanos. Ja bibliotēku proponētās īpašības un vērtības ir morāli pievilcīgas darbiniekiem, viņi tās identificē kā savas būtības, profesionālās misijas sastāvdaļu, darbs tiek veikts kvalitatīvi un ar lielu atbildības sajūtu.

Vienlaikus organizācijas identitāti veido arī ārēji faktori, tādēļ, „lai gūtu pilnvērtīgu priekšstatu par konkrēto identitāti, būtu jāņem vērā arī, piemēram, klientu, konkurentu un dažādu citu ārējo auditoriju viedokļi.” (Moingeon un Soenen 2002, 1) Šim apgalvojumam daļēji piekrīt arī A. Vilks, stāstot, ka ārējo auditoriju pieprasījums pēc kaut kā jauna bibliotēkas piedāvājumā un darbībā atspoguļo sabiedrības un pasaules attīstību, kas savukārt norāda uz bibliotēkas kā sabiedrības daļas pilnveidošanās nepieciešamību. „LNB nemēdz mainīties lokāli tikai pēc indivīdu pieprasījuma. Galvenokārt pārmaiņu iniciators ir globālais konteksts, situācija bibliotēku nozarē citviet pasaulē. Bibliotēkai tomēr jābūt stingrai nostājai un izpratnei par savu būtību un misiju,” uzskata. A. Vilks.

Nobeigumā LNB direktors akcentē, ka arī korporatīvais paštēls, identitātes paušana caur vizuālās izteiksmes līdzekļiem ir ļoti nozīmīgs, „jo pieradina auditoriju pie organizācijas atpazīšanas pēc noteiktiem kritērijiem, kas palielina atšķirību starp citām institūcijām.” „Korporatīvā identitāte ir organizācijas ārējā reprezentācija, kurai jāizriet no izpratnes par uzņēmumam galveno būtību, misiju, stratēģisko vīziju, kultūru.” (Cornelissen 2011, 62) „Identitātei jābūt redzamai, taustāmai, visaptverošai.” (Olins 1996, 7) „Ir izgatavoti LNB suvenīri – tos vieno noteikts „rokraksts”, simboli, tajos iešifrētas vērtības. Tas pats attiecas uz ēkas

jēgpilno dizainu – arī šādi varam paust savu misiju, raksturu,” stāsta direktors. Ja vizuāli izraisītie kairinājumi saistās ar pozitīvām sajūtām, tad korporatīvā tēla atgādinājums vienmēr izraisīs pozitīvas emocijas, aicinās, uzrunās. Tādējādi bibliotēkas pozīcijas var kļūt nozīmīgākas ieinteresētajām pusēm – klientiem, sadarbības partneriem, radīt pozitīvu tēlu.

Rezumējot, secināms, ka vispārējā līmenī starp dokumentos, teorētiskajā literatūrā paustajām un realitātē pastāvošajām bibliotēku identitātēm, lomām fiksējama saskaņa un mijiedarbība. Dokumenti atspoguļo bibliotēku darbības virzienu un aptuvenās vadlīnijas, taču par identitātes „saturu” rūpējas bibliotēkas. Tās ir saziņas un izziņas platformas (izglītības, karjeras, vaļasprieku, jaunu zināšanu sākumpunkts), turklāt bibliotēkas visas kā vienu raksturo un no citām organizācijām atšķir atrašanās tīkla sasaistē (vienotība ir identitātes stūrakmens). Pēc Vilka domām, bibliotēkas ir starpnieki starp informāciju un zināšanām A. Vilks apstiprina, ka LPB ir vietējo kopienu sociālā atbalsta un atbildības iestādes, kas pakāpeniski iedzīvina kultūras centru aspektu, savukārt LNB ambiciozā identitātes daļa (kas pilnveido bāzes identitāti) – daudzfunkcionāls norišu un zināšanu centrs – ir pakāpeniski īstenojams mērķis, nākotnes identitāte.

Kaut arī būtiska loma ir ārējo auditoriju pieprasījumam, institūcijas identitāte tiek mainīta galvenokārt balstoties uz globālām attīstības tendencēm. Savukārt korporatīvais paštēls ir mūsdienu bibliotēku identitātes nostiprināšanas iespēja, jo pieradina auditoriju pie organizācijas atpazīšanas pēc noteiktiem vizuāliem kritērijiem, kas palielina atšķirību starp citām institūcijām.

4.4. Somijas Nacionālā bibliotēka

„SNB ir vecākā un lielākā akadēmiskā bibliotēka Somijā, dibināta 1640. gadā. Vienlaikus tā ir viens no apjomīgākajiem HU pētnieciskajiem institūtiem.” (National Library of Finland, About us 2015) SNB ir atbildīga par Somijas drukātā un elektroniskā nacionālā kultūras mantojuma un unikālo kolekciju veidošanu, aprakstīšanu, saglabāšanu un pieejamību ikvienam valsts iedzīvotājam, paralēli nodrošinot konsultācijas par kolekcijām un informācijas avotiem, to meklēšanu, un citus bibliogrāfiskos pakalpojumus. (National Library of Finland, Services 2015) Bibliotēka ir izvietota divās vēsturiskās ēkās (celtas 1845. g. un 1906. g.).

Organizācijas krājuma kolekcijas ir pieejamas ikvienam iedzīvotājam, un „ievērojamākās krājuma daļas aptver Viduslaiku vēstures periodu, Austrumeiropas studijas, izglītības un bibliogrāfijas vēsturi, kartogrāfiju un filozofiju.” (National Library of Finland, Collections 2015) Bibliotēka arī darbojas kā valsts bibliotēku nozares pakalpojumu un attīstības centrs.

SNB iedzīvotājiem piedāvā plašu, uz krājuma iepazīšanu vērstu, kultūras aktivitāšu klāstu, tādējādi veicinot sabiedrības interesi par literatūru, mūziku, mākslas veidiem, zinātni. „Regulāri tiek rīkotas dažāda veida izstādes, caur kurām somi iepazīst nacionālās kultūras un tradīciju daudzpusību; tematiskas lekciju sērijas, semināri, konferences, diskusijas ar grāmatu autoriem, dzejas lasījumi un koncerti.” (National Library of Finland, Cultural Activities 2015)

SNB direktors kopš 2001. gada ir Kajs Ekholms.

4.5. Igaunijas Nacionālā bibliotēka

„INB ir vispārpieejama valsts nozīmes bibliotēka, kas apvieno gan nacionālo, gan zinātnisko, gan valdības bibliotēku, gan kultūras un attīstības centru.” (National Library of Estonia 2015) INB dibināta 1918. gadā, tās darbību regulē INB likums, un organizāciju pārrauga Igaunijas KM. Bibliotēkas darbības mērķis ir „saglabāt nacionālo atmiņas un kultūras mantojumu, nodrošināt ar informāciju Igaunijas konstitucionālās institūcijas, kā arī rosināt sabiedrības izpratni par zināšanu un informācijas nozīmi, aktualizēt valsts un Eiropas saturiskās vērtības, kultūru.” (National Library of Estonia Act 2011) Saskaņā ar INB KVN sniegto informāciju, bibliotēkas krājumā ir aptuveni 3,5 miljoni vienību – tajā ietilpst plašs humanitāro, sociālo un dabaszinātņu informācijas klāsts, piedāvājot grāmatas, periodiskos izdevumus, rokrakstus, notis, kartes, brošūras u.tml.

INB vīzija ir būt starptautiski atzītai informācijas un atmiņas institūcijai, kas nodarbojas ar Igaunijas nacionālā kultūras mantoja saglabāšanu, sniedzot informāciju gan valsts pārvaldei, gan sabiedrībai, kā arī – pilda bibliotekāru attīstības un mūsdienīga kultūras centra funkcijas, rīkojot dažādas izstādes, izrādes, koncertus, lekcijas. (National Library of Estonia 2015)

Igaunijas bibliotēkas ēka cietokšņa veidolā (Tallinā) atklāta 1993. gadā, laika gaitā tā vairākkārt pārbūvēta, pielāgojoties mūsdienu bibliotēku pakalpojumu daudzveidībai un apmeklētāju ērtībām.

INB direktore kopš 2008. gada ir Janne Andreso.

4.6. Bibliotēku identitātes Kaja Ekholma un Raivo Rūsalepa vērtējumā

Pilnus interviju transkriptus skatīt 9. un 10. pielikumā.

SNB direktors K. Ekholms un INB Attīstības direktors R. Rūsaleps interviju laikā raksturo gan bibliotēku identitātes kopumā, gan pievēršas konkrēti SNB un INB būtībai.

Galvenokārt katra direktora paustais viedoklis attiecas uz bibliotēku darbību pārstāvētajās valstīs – Somijā un Igaunijā. Turpmākajā tekstā tiks atspoguļots K. Ekholma un R. Rūsalepa (dažbrīd arī A. Vilka) viedokļu par bibliotēku identitātēm pretnostatījums.

„Bibliotēkas varētu identificēt kā zināšanu un izglītības „aprūpētājus” (*care-takers*), kas pastāv klientu dēļ. Tās ir kā sporta zāles. Ienākot bibliotēkā, tu jūties motivēts, jūti, kā „gaisā virmo” progress, zināšanu „dārgumi”.” Šādu bibliotēku pamatidentitātes iezīmi, kas vienkāršoti un metaforiski deklarē šo institūciju misiju, pauž K. Ekholms. Viņš medijos tiek dēvēts par bibliotēku „evaņģēlistu”, kura vīziju par bibliotēku būtību raksturo skandināviem piemītošā progresīvā un laikmetīgā domāšana. Šis aspekts atspoguļojas arī SNB definējumā: „Uz nepārtrauktu attīstību (galvenokārt digitālu) orientēta izglītības atbalsta un kompetences institūcija, kuras misija ir sniegt klientiem pēc iespējas daudzveidīgākus, vērtīgākus, saturīgākus informācijas un kultūras pakalpojumus.” Ne velti aizvadīto 20 gadu laikā skandināvu bibliotēkas kļuvušas par paraugmodeļiem valstīm ar mazāk attīstītu bibliotēku sistēmu. „Pastāv plaši izplatīts viedoklis, ka Skandināvijas bibliotēku modeli vajadzētu eksportēt un ieviest arī citās valstīs.” (Kesselman un Irwin 2004, 67) Tas nenozīmē, ka runājam tikai par trešās pasaules valstīm, bet arī par nācijām Eiropas dienvidu un austrumu daļā, kur bibliotēku attīstība tradicionāli ir bijusi lēna, bet pēdējos gadās uzsākusi strauju virzību uz priekšu. Turpretī R. Rūsalepa un INB gadījumā vērojams lielāks tradicionālisms, tāpēc, viņaprāt, bibliotēku darbība balstās uz konkrētiem sociāliem konstruktiem, kas, pirmkārt, saistīti ar nacionālo identitāti. Viņš piedāvā raksturojumu, ka INB ir demokrātiska, uz klientiem orientēta nacionālā krājuma glabātuve, tā ir citu bibliotēku (publisko, izglītības iestāžu) standartu noteicēja un atbalstītāja („garīgais līderis”), un nozīmīgs „spēlētājs” starp citām atmiņas institūcijām.

Visiem direktoriem ir saskanīgs skatījums par dokumentu nozīmi bibliotēku darbības regulējumā un identitātes formulēšanā – dokumenti „ieskicē” bibliotēku darbības vīziju, taču praktiskā darbība un paštēls ir atkarīgs no institūcijas. K. Ekholms un R. Rūsaleps uzskata, ka normatīvajai bāzei ir jābūt ļoti stingrai (lai ierobežotu tendenciozu un individuālu ambīciju vadītu darbību), taču ir nepieciešama vīzija par klientu vajadzībām un specifiskiem pakalpojumiem. Līdz ar to bibliotēkām jābūt kā vizionāriem, kuri rada bibliotēkas „relīģiju”, mārketinga un attīstības stratēģijas, īsteno tās dzīvē.

INB būtības unikalitāti raksturo fakts, ka paralēli nacionālās un akadēmiskās bibliotēkas statusam tā ir arī parlamentārā bibliotēka, un šī nav izplatīta prakse pasaulē. Tiesa, R. Rūsaleps, līdzīgi kā A. Vilks, uzsver organizāciju sistēmas lomu, nevis individuālās īpašības. Turpretī SNB

atšķirības iezīmes ir vēsture (tradīcijas, ievērojamas vēsturiskās kolekcijas); personāla daudzveidība, kas bibliotēku var atspoguļot citās šķautnēs; kompetenta vidējā līmeņa vadītāju komanda; vizionāru īpatsvars kolektīvā; direktors kā organizācijas „seja” – „paralēli bibliotēkas vadīšanai man jābūt sociāli aktīvam – jāsniedz prezentācijas, jāpiedalās diskusijās, sociālos pasākumos. Man jābūt bibliotēkas evaņģēlistam, kurš augstākstāvošā (bibliotēkas) dēļ „ziedo sevi iekšēji un ārēji”.”

Ļoti interesants un radikāls viedoklis par bibliotēku vēlamo mūsdienu pašpozicionējumu no digitālās identitātes skatupunkta pieder K. Ekholmam. Viņš domā, ka bibliotēkām jābūt uz biznesu un digitālo tirgu orientētam viedoklim, jo arī bibliotēkas ir digitālo klientu „aprūpētāji” (SNB praktizēts modelis). K. Ekholms norāda, ka bibliotēkām jāaizmirst par fiziskajām robežām, tām jāpastāv arī internetā – darbībām jāpārstrukturizē no sabiedrības skatupunkta. Viņaprāt, mūsdienās bibliotēkas pielāgojas laikmetam, vienlaikus saglabājot pamatbūtības aspektus un funkcijas. 2016. gadā SNB piedāvās jaunas koncepcijas pakalpojumus: „Lasītāji sevi apkalpos paši – bibliotēka būs kā „zviedru galds”. Neizpaliks arī iespēja veikt izdevumu vai telpu rezervācijas attālināti. Tas ir kā labākajās viesnīcās – tu vari pasūtīt brokastis uzreiz pēc dušas.” INB digitālās identitātes aspektu apiet, uzskatot, ka mūsdienās visveiksmīgāk darbojas tās bibliotēkas, kuras ir uz pakalpojumiem orientētas. „Bibliotēkām ir jābūt kādam svarīgām, vajadzīgām. Tev jāredz savi pakalpojumi kā kaut kādā lielākā (vērtību) ķēdē iederīgi. Bibliotēkai jāveicina lasīšana un zināšanu apguve rūpēs par nākamo paaudžu intelektu,” stāsta R. Rūsaleps. Šobrīd INB plāno, kā savu darbību padarīt vēl universālāku – būt noderīgai daudzām auditorijām, nevis koncentrēties tikai uz mērķauditorijām.

Arī SNB un INB tāpat kā LNB ir nacionālā krājuma veidotāja, augstvērtīgu bibliogrāfisko pakalpojumu un kvalitatīvas informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līderis, kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības atbalstītāja un attīstītāja, un galvenais valsts informācijas „pārvaldnieks”. Taču K. Ekholms uzsver arī ekspansijas jautājumu – identitāti formē fakts, ka bibliotēkas ir digitālo pakalpojumu sniedzējas.

Zinātnes, pētniecības un kultūras centra identitātes aspekts ir pastāvošs kā SNB, tā INB, un šeit tas jau ir kļuvis par neatņemamu bibliotēku identitātes sastāvdaļu. Somijā to definē kā unikālu, ilgtspējīgu, pilnvērtīgu un laikmeta diktētu izzināšanas formu. Tai ir priekšrocības, jo tā rada jaunus kanālus, kā iepazīstināt apmeklētājus ar bibliotēkas krājumu. K. Ekholms stāsta, ka caur kultūras centra aspektu bibliotēkas ļoti daudzpusīgi var paust savu sociālās atbildības raksturlielumu, jo šādi iespējams atbalstīt sabiedrību, ja tā vēlas komunicēt, mācīties, pulcēties,

gūt emocijas. Igaunijā kultūras centra fakts tiek uzskatīts par ļoti spēcīgu identitātes daļu, kas noformējusies pēdējo piecu gadu laikā, paplašinot piedāvājumu sabiedrībai un pēc iespējas dažādāk apmierinot tās izziņas vajadzības. Tajā pašā laikā R. Rūsaleps atgādina, ka šī nav jauna identitāte, tikai esošās būtības proaktīvs pilnveidojums.

Gan K. Ekholms, gan R. Rūsaleps uzsver bibliotēku kā sociāli atbildīgu institūciju lomu. K. Ekholms saka, ka bibliotēka misija ir rūpēties par paaudžu (arī nākamo) zināšanām, kā arī, veidot nacionālo mantojumu un piedāvāt to ikvienam, bet R. Rūsaleps, tāpat kā A. Vilks, domā, ka labākais, ko bibliotēka var darīt, ir piedāvāt komunikācijas platformu cilvēkiem ar dažādām pieredzēm un zināšanām (atsauce uz publisko bibliotēku lomu). Viņaprāt, INB demokrātiskās satikšanās un izziņas vietas aspekts tiek īstenots tikai daļēji – atbalstot cilvēkus un viņu idejas, vēlmes rīkot pasākumus u.tml. –, jo pastāv daudz noteikumu, kad un kā bibliotēkas var apmeklēt.

K. Ekholms un R. Rūsaleps apspriež arī iespējamību panākt mijiedarbību starp bibliotēkas un darbinieku identitātēm. Pēc K. Ekholma pieņēmumiem, SNB pilnībā šādu situācija nevar panākt, taču „bibliotēkas vērtību sistēmai jābūt tik morāli un praktiski simpātiskai, saprotamai, lai darbinieki to absorbētu un pieņemtu kā savu, kā daļu no sevis.” R. Rūsaleps norāda, ka INB vērtības ir nepārtraukta attīstība, orientācija uz klientiem, sadarbība, kultūras mantojuma un nacionālās atmiņas saglabāšana, uzticamība, atvērtība – organizācijas kultūras sastāvdaļas. „Vērtībām tevī jāieaug. Ja cilvēkā jau ir šī vērtību sistēma, tā liek atbilstoši rīkoties, taču to iemācīties varētu būt ļoti grūti. Organizācijas kultūrai jābūt aktīvi kultivētai, lai panāktu, ka cilvēki vērtībām seko,” tā Rūsaleps. Taču K. Ekholms papildinot saka, ka strādāt nacionālajā bibliotēkā ir prestiži, jo pirmkārt, persona pārstāv valsti, tās atmiņu un nacionālo identitāti. Otrkārt, šīs institūcijas rūpējas par nācijas kultūras pamatiem. „Nezinu, vai darbinieki nemitīgi domā par to, ka pārcilā trīssimt gadus vecas grāmatas, taču viņi jūt savu lomu valsts „pamatu aprūpē”. Šāda iespēja netiek dota ikvienam, un tas motivē strādāt kvalitatīvi.”

Visi trīs direktori ir vienprātīgi, ka vizuālajai identitātei bibliotēku darbībā jāieņem liela loma, un tas ir uzdevums nākotnei, jo paštēls ietekmē ārējo tēlu. „Igaunijā mums pie tā vēl jāstrādā. R. Rūsaleps skaidro, ka INB veidols ārēji nav aicinošs, tāpēc ar vizuālo identitāti ir vērts eksperimentēt, jo cilvēki fizioloģiski ļoti daudz uztver ar redzi. K. Ekholms norāda, ka SNB publiskajā telpā rada asociācijas, kas mudina izmantot tās pakalpojumus un patīkamo darba vidi. „Runa nevar būt tikai par grāmatām. Mums jābūt tendētiem uz bibliotēkas radītajām sajūtām, sajūtām, ko rada krājums. To var īstenot caur dažādiem simboliem, kodiem, saukļiem, pievilcīgiem attēliem, SA runas personām.” Viņaprāt, ir jāveido „bibliotēkas reliģija”, kas rada

spilgtas emocijas, asociācijas, tāpat bibliotēku pārstāvjiem ir jātiekas ar medijiem. Vienlaikus liela nozīme ir „brandingam” (piemēram, Gaismas pils).

Apkopojot iepriekšminēto, rezumējams, ka LNB, SNB un INB direktoru viedokļi par bibliotēku identitātēm gan pārklājas, gan disonē. Galvenā kopīgā iezīme ir fiksējama no darbības orientācijas izrietošajā identitātes šķautnē. Proti, bibliotēkas ir zināšanu un izglītības institūcijas, kuru misija ir sniegt klientiem daudzveidīgus un vērtīgus informācijas un kultūras pakalpojumus. Tiesa, SNB pakalpojumu sniegšanas procesā cenšas aktivizēt arī digitālo identitāti, koncentrējoties uz vispusīgu bibliotēkas sasniedzamību globālajā tīmeklī, kamēr INB būtība un izpausmes, auditoriju sasniegšana norit tradicionālās formās. Vienlaikus visas trīs bibliotēkas ir citu bibliotēku standartu noteicējas un atbalstītājas. INB būtību raksturo parlamentārās bibliotēkas aspekts, taču R. Rūsaleps, līdzīgi kā A. Vilks, uzsver organizāciju sistēmas lomu, nevis individuālās īpašības. Turpretī SNB glabā ievērojamas vēsturiskās kolekcijas, tai ir daudzveidīgs personāls, kompetenta vidējā līmeņa vadītāju komanda un direktors rūpējas par bibliotēkas SA.

Kamēr LNB iemiesot pētniecības un kultūras centra identitāti ir mērķis, SNB un INB tā jau ir kļuvusi par neatņemamu un spēcīgu būtības sastāvdaļu – ilgtspējīgu, pilnvērtīgu un laikmeta diktētu izzināšanas formu.

SNB un INB direktori uzskata, ka panākt mijiedarbību starp bibliotēkas un darbinieku identitātēm pilnībā nevar panākt, taču bibliotēkas vērtību sistēmai jābūt tik simpātiskai, sprotamai, lai darbinieki to absorbētu un pieņemtu kā daļu no sevis.

Visi trīs direktori ir vienisprātis, ka vizuālajai identitātei bibliotēku darbībā jāieņem liela loma, un tas ir uzdevums nākotnei, jo paštēls ietekmē ārējo tēlu.

4.7. Latvijas un ārzemju bibliotēku identitāšu salīdzinājums

Pētījumā noskaidrotas LPB, LNB, SNB, INB identitātes, to veidojošie elementi, izmantojot kategorijas kā būtības raksturojums jeb definīcija, vērtības, uzdevumu, misijas apraksts, izpausmes mūsdienās, unikalitātes, atšķirīguma iezīmes no citām bibliotēkām, korporatīvais paštēls, kā arī Hofštedu identitātes dimensiju modelis. Atsaucoties uz maģistra darba mērķi un pētniecisko jautājumu, turpmākajā tekstā caur gadījuma izpēti objektiem tiks skaidrots, kādas ir mūsdienu bibliotēku identitātes un, vai starp tām pastāv izteikta atšķirība.

Formāli, galvenais no misijas izrietošais unikalitātes jeb identitātes faktors ir tas, ka LPB ir novadpētniecības kultūras mantojuma saglabātājas, lai veidotu retrospektīvu vietējās

sabiedrības notikumu hroniku. Taču praktiski viena no pamanāmākajām LPB identitātes pusēm ir saistīta ar to lokālo un sociālo dabu – pilsētu, ciemu un pagastu vietējo kopienu zināšanu, informācijas pieejamības, saskarsmes un pašiniciatīvu centri. To kā starpnieku prioritāte ir apvienot zināšanas un cilvēkus. Tādējādi LPB pozicionējas gan kā sabiedrības izglītotājs, gan arī kā sociālās līdzdalības, vienošanas un kopienas sašķeltības konsolidācijas veicinātājs. Izrietoši LPB ir demokrātiskas, kas saskan ar LNB – LPB etalona – galveno vērtību: atvērtību. Paralēli LPB piemīt unikāla konkrētas atrašanās vietas un kopienas identitāte.

LPB pamatvērtības ir cilvēks kā informācijas izmantotājs, kvalificēts un entuziastisks personāls, informācija kā zināšanu ieguves resurss, IKT kā rīki, kas padara efektīvu cilvēka un informācijas mijiedarbību un attīstību. Šādi iezīmējas LPB svarīgais sociālās atbildības un informēšanas, kā arī digitālo iespēju identitātes aspekts, kas aktualizējas no pēdējos 10 gados uzstādītajām progresīvajām IKT. Rezultātā LPB arvien vairāk papildinoši sevi pozicionē kā lokālos kultūras un izglītības centrus, un tas ir viens no LPB darbības un identitātes stūrakmeņiem (vienlaikus – jauninājumiem). Šī identitātes iezīme varētu būt skaidrojama ar Gaismas pils esamību, cenšoties sekmēt līdzvērtīgu darbību. LPB kļūst par izglītības, integrācijas, sadarbības veicināšanas un kultūras krustpunktiem, ko raksturo ļoti liela proaktivitāte, cenšoties meklēt inovatīvus veidus sabiedrības uzrunāšanai un piesaistīšanai. Tāpēc tās regulāri „iziet ārpus sienām”, iesaistoties pašvaldības pasākumos – tātad LPB identitāti raksturo arī klātesamību sabiedrībai. Arī aptaujājot personālu, tiek norādīts, ka LPB piemīt vietējās kopienas izglītības un kultūras centra, sociālā atbalsta, satikšanās vietas un LNB saistītas daļas identitāte. Vienlaikus doti arī praktiskāki apzīmējumi – kopēšanas un printēšanas centrāle, lasītprasmes nostiprinātājs un mūžizglītības veicinātājs, psihologa kabinets. Tāpat LPB akcentē dažādus sociālās dzīves notikumu norišu vietas identitātes aspektus. Šādi iezīmējas LPB daudzpusība, kas norāda uz identitātes elastīgumu. Jāpiebilst, ka, pateicoties tīkla sistēmai, LPB pakāpeniski identificējas kā vienots informācijas ieguves un aktivitāšu institūts.

Ja LPB ir izteikti sociāli orientētas, kas koncentrējas uz novadpētniecību, sabiedrības attīstību un saliedēšanu lokālā mērogā, tad LNB, SNB un INB, kā to nosaka nacionālo bibliotēku specifika un mērķi, ir visaptverošākas – pirmkārt, valstiski nozīmīgu materiālu uzkrāšanas un realizācijas, nolūkā veicināt indivīdu izglītošanas un attīstību, īstenotājas. Primārais ir krājums, savukārt it kā hierarhiski pakārtoti no darbības uzstādījuma ir pakalpojumi sabiedrībai – šo trīs institūciju virsmērķis ir to identitātes pamats. Tādējādi LNB, SNB un INB ir lielākās konkrēto valstu nacionālā publicētā literārā un dokumentārā krājuma glabātuves pasaulē. Tās iemieso

nacionālā krājuma veidotāja, informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līdera (citu bibliotēku standartu noteicējas un atbalstītājas), kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības procesu atbalstītāja, attīstītāja un galvenā valsts informācijas „pārvaldnieka” lomu, identitāti.

Pievērosies atšķirībām, jānorāda, ka SNB sekmē vispusīgu sasniedzamību internetā, kas norāda uz digitālo identitāti. Tikmēr LPB, LNB un INB izpausmes, auditoriju sasniegšana vēl norit galvenokārt analogi jeb tradicionāli – klātienē. Šobrīd LNB ir uzstādītas jaunas IKT, taču šo iespēju apgušana un nostiprināšana ir attīstības stadijā, un bibliotēka ar tehnoloģiskā progresa nesēja būtību vēl neidentificējas. INB unikalitāte ir fakts, ka tā apvieno gan nacionālo, gan zinātnisko, gan valdības bibliotēku, gan arī kultūras un attīstības centru. Turpretī SNB ir apjomīgākais valsts universitātes pētnieciskais institūts, norādot arī uz akadēmiskās bibliotēkas identitātes šķautni.

LNB, SNB un INB pašreprezentē sevi arī caur vērtībām – LNB kultivē tādus identitātes aspektus kā viesmīlība un atvērtība sadarbībai, darbinieku profesionalitāte un pakalpojumu augstvērtība, daudzveidīgs krājums, nozares pētniecība, augstvērtīgi kultūras un izglītības pakalpojumi, tradīcijas, pieredze, novatorisms. INB – pozicionējas kā uz nepārtrauktu attīstību, klientu vajadzībām, sadarbību vērsta institūcija. SNB definē sevi kā kompetentu, uzticamu, inovatīvu organizāciju. Tās vērtība ir arī kompetenta vidējā līmeņa vadītāju komanda un fakts, ka direktors rūpējas par institūcijas SA.

Iespējams, būtiskākā identitāšu atšķirība fiksējama, kad runājam par ambiciozo, bāzes identitāti pilnveidojošo daļu – bibliotēka kā daudzfunkcionāls kultūras un norišu centrs. LPB kultūras centru lomu iezīmē šaurā un lokālā izpratnē (izstāžu, lekciju rīkošana). Kamēr LNB šis pilnveidojums vēl ir pakāpeniski īstenojams mērķis, SNB un INB tā jau ir kļuvusi par neatņemamu un spēcīgu būtības sastāvdaļu. Igaunijā kultūras centra fakts tiek uzskatīts par ļoti spēcīgu identitātes daļu, paplašinot piedāvājumu sabiedrībai un pēc iespējas dažādāk apmierinot tās izziņas vajadzības.

LNB, SNB un INB atšķir arī vizuālā identitāte. INB ar paštēla attīstīšanu tiek eksperimentēts pakāpeniski (mājaslapas, logo pārveide), bet SNB vizuālo identitāti attīsta caur pakalpojumu, pasākumu un darba vides popularizēšanu digitālajos medijos. LNB paštēlu pauž visiedarbīgāk, jo pastāv spēcīgs, simbolisks ēkas dizains ar tajā iešifrētām korporatīvajām un nacionālajām vērtībām, kā arī īpaši suvenīri un korporatīvā stila noteikumi.

Nākotnes perspektīvā dokumenti paredz LNB iegūt izteiktu cilvēku satikšanās vietas, tūrisma objekta un starptautiska līmeņa pasākumu norises vietas lomu. INB demokrātiskās

satikšanās aspekts tiek īstenots tikai daļēji, jo pastāv daudz noteikumu, kad un kā bibliotēkas var apmeklēt.

LPB, LNB, SNB, INB identitātes iespējas salīdzināt arī pēc Dž. Hofštedes un J. Hofštedes sešu identitāšu dimensiju modeļa (skat 11. pielikumu, 4.7.1. tab.), kur redzams LPB un LNB identitāšu salīdzinājums. Taču, ņemot vērā nacionālo bibliotēku pamatbūtības standartizāciju, autors LNB rezultātus attiecina arī uz SNB un INB. Līdz ar to visas šīs bibliotēkas ir orientētas uz rezultātu, orientētas uz darbu, profesionāli orientētas, atvērtas sistēmas, brīvi, maz kontrolētas, normatīvas.

Kopumā, dati uzrāda, ka mūsdienās ikkatrai bibliotēkai piemīt vairākas (arī savstarpēju atšķirību nosakošas) identitātes, turklāt, pēc autora domām, tās nebūtu korekti ranžēt hierarhiski. Jāpiebilst, ka daudzveidīgas auditorijas var radīt daudzveidīgas identitātes, kas savukārt var radīt daudzveidīgus tēlus. Identitātes ir daudzpakāpju – gan dažādu avotu un auditoriju veidotas vai noteiktas esības formas, gan izrietošas no dažādām funkcijām, izpausmēm, misijas, vērtībām un citiem darbību raksturojošiem elementiem. Tāpēc, oponentējot organizācijas identitātes teorētiskajām nostādnēm, bibliotēku direktoriem un dokumentu veidotājiem, iespējams, nebūtu korekti runāt par primāro (vissvarīgāko) identitāti, taču šādi netiek izslēgta vienotā, centralizētā identitāte.

Neatkarīgi no veida, visas bibliotēkas ir sabiedrības zināšanu pamats un sociālās saskarsmes centrs, kura uzdevums ir veidot, sistematizēt un uzglabāt kolektīvās atmiņas un kultūras mantojumu dažādos formātos, un ar to izglītības un izklaides nolūkos nodrošināt ikvienu sabiedrības locekli gan tagadnē, gan nākotnē (šāda identitāte rada optimālo tēlu – pēc iespējas precīzāku priekšstatu par organizāciju, tādējādi auditorijām, kuri ar konkrēto organizāciju saskaras pirmoreiz, ir vispārīga skaidrība, ar ko un kāpēc tas nodarbojas.) Proti, bibliotēkām piemīt no to darbību pirmsākumiem reglamentētas, pastāvēšanas jēgu pamatojošas bāzes identitātes, taču tās ir augoši, uz attīstību vērsti organismi (Mcmenemy 2009, 40). Līdz ar to identitātes pilnveidojas, tāpēc bibliotēkām jārod dažādi veidi, kā savienot to tradicionālo lomu un saturu ar laikmeta piedāvātajām funkcionālajām iespējām jeb attīstības šķautnēm. Rezultātā, centralizētā identitāte var šķīst izplūdusi, kas var radīt šķēršļus, nosakot darbības mērķus un prioritātes nākotnē. Galvenokārt pārmaiņu iniciators ir globālais konteksts, situācija bibliotēku nozarē citviet pasaulē.

LPB galvenokārt ir novadpētniecības kultūras mantojuma saglabātājas un pieejamības nodrošinātājas, kas darbojas arī kā vietējo kopienu izglītības, saskarsmes un jaunrades centri – tās

pozicionējas gan kā izglītotājs, gan arī kā sociālās līdzdalības, vienošanas un kopienas sašķeltības konsolidācijas veicinātājs. LPB Gaismas pils atklāšanas iespaidā arvien vairāk papildinoši sevi pozicionē kā lokālos kultūras un izglītības centrus. Rezultātā, LPB kļūst par izglītības, integrācijas, sadarbības veicināšanas un kultūras krustpunktiem. Turpretī LNB, SNB un INB ir visaptverošākas – tās iemieso nacionālā krājuma veidotāja, informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līdera, kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības procesu atbalstītāja, attīstītāja un galvenā valsts informācijas „pārvaldnieka” lomu, identitāti.

Aizvadīto 20 gadu laikā skandināvu bibliotēkas kļuvušas par paraugmodeļiem valstīm ar mazāk attīstītu bibliotēku sistēmu. (Kesselman un Irwin 2004, 67) Tādējādi mūsdienās SNB pakalpojumu sniegšanas ziņā iedzīvina progresīvo organizācijas digitālo identitāti. Tikmēr LNB un INB būtība un izpausmes, auditoriju sasniegšana vēl norit galvenokārt tradicionālās formās.

Iespējams, būtiskākā identitāšu atšķirība ir fiksējama, kad runājam par ambiciozo identitātes daļu – bibliotēkas kā daudzfunkcionāli pasaules līmeņa informācijas kultūras un norišu centri. LPB kultūras centru lomu iezīmē šaurā izpratnē. LNB šī identitātes daļa vēl ir mērķis (vienlaikus arī vēlamais tēls, kas tas attiecas uz idealizēto tēlu, kādu organizācija nākotnē vēlētos izveidot. Tas ir saistīts ar kādu jauninājumu.), bet SNB un INB tā jau ir kļuvusi par ilgtspējīgu, pilnvērtīgu un laikmeta diktētu izzināšanas formu.

LNB, SNB un INB atšķir arī vizuālā identitāte. INB akcentē savu digitālo platformu specializēto dizainu, kamēr SNB vizuālo identitāti attīsta caur pakalpojumu, pasākumu un darba vides popularizēšanu digitāli. LNB paštēlu pauž visiedarbīgāk, jo pastāv spēcīgs, simbolisks ēkas dizains ar tajā iešifrētām korporatīvajām un nacionālajām vērtībām, kā arī īpaši suvenīri un korporatīvā stila noteikumi.

4.8. Latvijas bibliotēku tēli

Latvijas bibliotēku tēlu noskaidrošanai sabiedrībai internetā elektroniski un klātienē fiziski (universitātēs, Vērmanes dārzā un lielveikalā) tika izplatīta SD anketa (skat. 12. pielikumu), ko aizpildīja 302 personas, galvenokārt vecumā no 18 līdz 35 gadiem (pēc autora domām, vislielākais bibliotēkas izmantotāju (studentu) īpatsvars, ir raksturīgs tieši šim vecuma diapazonam. (Saskaņā ar CSP datiem, 2013./2014. mācību gadā Latvijā augstākās izglītības mācību iestādēs un koledžās studēja teju 90 tūkstoši studentu (Centrālā statistikas pārvalde, Izglītība 2015)). Pētījumā noskaidroti Latvijas bibliotēkām kopumā piešķirtie tēli, taču autors uzskata, ka tie ir universāli (ņemot vērā bibliotēku līdzīgās identitātes, paštēlus un neveicot

specifisku bibliotēku izdalījumu pēc veida), tādēļ standartizējami arī ārzemju, piemēram, Somijas un Igaunijas kontekstā.

Anketa sastāv no diviem atvērtiem izvēles iespēju jautājumiem un SD skalas. Sabiedrības pārstāvjiem bija jāpiešķir Latvijas bibliotēkām kā organizācijām vienots, koncentrēts apzīmējums (skat. 13. pielikumu, 4.8.1. att.), jāveic atzīmes SD skalā, norādot, kādas īpašības un cik lielā mērā piemīt bibliotēkām (skat. 14. pielikumu, 4.8.2. att.), kā arī jānorāda, kādi kanāli veido priekšstatus par bibliotēkām (skat. 15. pielikumu, 4.8.3. att.). Turpmākajā tekstā piešķirtie tēli vairumā gadījumu tiks skatīti kopainā ar bibliotēkām piešķirtajām, tēlu veidojošām īpašībām.

Oponējot K. Mertena uzskatam, ka „nozīmīgāko informācijas daudzumu indivīdi vairs neiegūst personīgās pieredzes ceļā, bet gan pastarpināti no medijiem,” (Merten 1999, 253) 93% respondentu norāda, ka priekšstatus par bibliotēkām viņi iegūst personiskās saskarsmes vai apmeklējuma ceļā (radot pašreizējos, atstarotos un pārtvertos tēlus). Šajā gadījumā jāatceras, ka „tēlu veido personas iepriekšējas pieredzes, uzskatu, jūtu, priekšstatu un spriedumu mijiedarbības rezultāts par konkrēto objektu vai parādību.” (Kitchen 2000, 113) Savukārt 74% gadījumu iespaidu atstāj pašas bibliotēkas formētais (projicētais) tēls, vizuālās, pakalpojumu, komunikācijas izpausmes, identitātes iedzīvināšanas un paušanas dzīvē paņēmieni. Turpretī tikai 21% gadījumu izšķirošs ir mediju producētais (atstarotais, pārtvertais) tēls. 18% no 302 personu iespaidiem par bibliotēkām rada citu personu pieredze un stāstītais, taču 3% jeb 8 cilvēki min citus iemeslus.

Latvijas bibliotēkām tiek piešķirti vairāk nekā 11 tēli, tiesa, vienam cilvēkam par aplūkojamo objektu var būt vairāk priekšstati. Vienlaikus, jo daudzveidīgāku pieredzi indivīds gūst, jo tēls tiek atkodēts precīzāk, var pavērties tā daudzās formas un būtības iespējamības.

Tā kā bibliotēku apmeklētāju īpatsvaru veido studenti vai, piemēram, ar pašattīstību nodarbināti cilvēki, 72% gadījumu tās tiek raksturotas kā mācību telpas. Uz to norāda arī SD skalā ar pozitīvajām vērtībām 1,9 un 2,3 atzīmētās īpašības „izglītojošas” un „informējošas”, savukārt īpašība „kompetentas” bibliotēkām piemīt daļēji (2,6). Procentuāli teju līdzvērtīgo, bet tomēr sekundāro lomu tēla ziņā ieņem ar organizāciju pamatbūtību saskanīgais raksturojums „Bibliotēkas kā nacionālā un pasaules literārā krājuma glabātājas” – tā atzīst 69% respondentu. Krājums ir bibliotēku lielākā vērtība, tādēļ šo raksturojumu iespējams saistīts ar īpašību faktiem, ka bibliotēkas ir „būtiskas (vērtīgas)” (2,2). Iespējams, 49% sabiedrības locekļu ir bijusi pieredze, apmeklējot, piemēram, LNB tās senajos namos vai kādu pagasta bibliotēku pirms renovācijas, tāpēc ir spēcīgs un vienkāršots priekšstats, ka bibliotēkas joprojām ir (senas)mājas ar putekļainām

grāmatām. Domājams, tādēļ īpašība „vizuāli pievilcīgas” novērtēta ar salīdzinoši zemu 3,5 punktu rādītāju. Putekļaino grāmatu mājas tēls rada priekšstatu, ka bibliotēkas ir vāji digitālas (3,3), un arī atzīme starp īpašībām „mūsdienīgas” vai „vecmodīgas” norāda uz diskutablu mūsdienīgumu (3,4).

Bibliotēkas ir daudzfunkcionāli izglītības, kultūras, komunikācijas un norišu centri – šādu tēlu šīm institūcijām piešķir 40% aptaujāto, pieļaujams, balstoties uz bibliotēku mūsdienīgajiem veidoliem, funkciju un pakalpojumu dažādību. Šeit jāpatur prātā, ka „tēls ir veidots, no objekta iespējamo īpašību pārpilnības izraugoties dažas vienkāršotas, vizualizējošas vai tipizējošas pazīmes.” (Buss 2006, 89) Tāpat daudzfunkcionālā centra priekšstats var būt saistīts ar Gaismas pils proponēto būtību. Varētu būt, ka valsts „galvenās” bibliotēkas ārējās iezīmes auditorija automātiski piešķir arī citām bibliotēkām. Iepriekšminēto tēlu papildina tādi raksturlielumi kā daudzpusība (3) un aktīvisms (3,2), tiesa, daļējā līmenī, jo, iespējams, šīs iezīmes nevar attiecināt uz visām bibliotēkām. Tāpat jāmin kvalitāte (2,5) un daļēja orientācija uz attīstību (3). Paralēli ar 30% atzīmi piešķirts tēls „Izstāžu zāles”, kas izriet no to mūsdienu funkcionālajām iespējām un vizuāli novērtējamiem spriedumiem (regulāras ekspozīcijas). Taču 26% cilvēku par bibliotēkām ir priekšstats kā par satikšanās vietām. Līdz ar to tām piemīt pieejamības īpašība (2,5) un daļēja atvērtības, aicinājuma īpašība (3,1).

21% respondentu bibliotēkas asociē kā sociālā atbalsta institūcijas, taču to sociālās atbildības (2,9) un sociālās iekļaušanas (3,1) īpašību vērtējumi nav stabili. Tikmēr 17% personu uz bibliotēkām raugās kā uz izklaides un atpūtas vietām. Bibliotēkām 16% un 13% gadījumu tiek piešķirti arī tūrisma apskates objektu un politisko norišu vietu tēli kas, ticams, ir Gaismas pils un tajā notiekošo LPESP norišu iespaidā. Pirmā minētā procentuālā izteiksme ir maza, tātad šis tēls bibliotēkām ir ļoti nemanāms. Uz to norāda arī īpašību vērtējums – bibliotēkas ir apolitiskas (4,6). 7% gadījumu bibliotēkas radījušas citu priekšstatu (visi iepriekšminētie varianti kopā, „vieta, kur paņemt grāmatas”, „nacionālās identitātes iemiesotājas” u.c.

SD skalas uzrāda, ka bibliotēkas tiek vērtētas arī kā profesionālas (2,7), daļēji cienītas (3,1), daļēji iedvesmojošas (3,3), demokrātiskas (2,7), savstarpēji vienotas (3), vērstas uz sadarbību (2,7).

Kopumā, bibliotēku tēli, tāpat kā identitātes, ir daudzveidīgi, tomēr primāri balstīti institūciju funkcijās un projicētajā pašpozicionējumā – vēlamajā tēlā, ar ko iespējams paust identitāti. Autori norāda, ka visbiežāk organizācijas projicēto tēlu attiecina uz saviem uzskatiem par sevi, lai radītu pozitīvu ārējo iespaidu. (Price, Gioia un Corley 2008, 176) Auditorijas tos

iepazīst personiskas saskarsmes ceļā, kā arī uztverot bibliotēkas pašmanifestāciju, savukārt mediju radītajam tēlam tiek pievērsta mazāka uzmanība. Iespējams, tas skaidrojams ar faktu, ka mediji galvenokārt koncentrējas uz problemātisku aspektu vai pasākumu atspoguļojumu, kamēr bibliotēku tiešos izmantotājus primāri interesē to saturs, krājums, vide mācībām. Galvenokārt bibliotēkas tiek asociētas kā mācību telpas un nacionālā un pasaules literārā krājuma glabātājas, neaizmirstot par stereotipisko, ar vēsturiskajiem infrastruktūru veidoliem un sadzīves apstākļiem saistīto tēlu „mājas ar putekļainām grāmatām”. Savukārt daudzfunkcionālā kultūras, izglītības, komunikācijas un norišu centra tēls ar bibliotēkām Latvijā tiek saistīts arvien vairāk. Turpretī pārējie tēlu varianti izriet no iepriekšminētā, vienīgi sociālā atbalsta institūciju tēls no bibliotēku izpausmēm netiek nolasīts.

Vērtējot bibliotēkām piešķirtās īpašības, bibliotēkas tiek izteiktāk (līdz vērtībai 2,5; no vērtības 4) vērtētas kā profesionālas, kvalitatīvas, valstiski nozīmīgas, kompetentas, demokrātiskas, apolitiskas, būtiskas (vērtīgas), izglītojošas, analogas, informējošas, pieejamas.

4.9. Bibliotēku identitāšu un tēlu attiecības

Pētījumā analizētajām bibliotēkām – LPB, LNB, SNB, INB – piemīt daudzveidīgas funkcijas, izpausmes formas, vērtības, pašdefinīcijas, kopumā – identitātes. Tiesa, tās nav statiskas, un mainās. Daudzas pārmaiņas notiek tehnoloģiju attīstības dēļ, bet citas ir kā atbildes reakcija sabiedrības nepieciešamībām. Vienlaikus palielinās arī bibliotēku lietotāju grupu dažādība, kas savukārt pakāpeniski vairo institūciju tēla variācijas un uztveres leņķus, laika gaitā mainot priekšstatus un attieksmes pret bibliotēkām kopumā. Turklāt, bibliotēkām aizvien ciešāk un mūsdienīgāk integrējoties sabiedrībā, tiek radīti aizvien noteiktāki un jauni spriedumi par to rīcību, darbību, esamības formu. Katra bibliotēka ir individuāla un unikāla pēc to veida, taču auditorija par bibliotēkām veido vienkāršotus spriedumus, piešķirot vienotus tēlus. Turpmākajā tekstā tiks salīdzinātas pētāmo bibliotēku identitāšu un tām piešķirto tēlu attiecības.

Tēla anketu rezultāti uzrāda, ka primāri par bibliotēkām pastāv priekšstati kā par izglītojošām, informējošām un kompetentām mācību telpām. Būtiska nozīme ir personas pieredzei, kas gūta, piemēram, gan bērnībā (vēsture), gan izglītības iestādēs, informatīvos materiālos, gan, uz klausot radu un paziņu viedokļus, tāpēc bibliotēka, kā apgūstam jau bērnībā, balstoties uz vienkāršotām pazīmēm (grāmata – zināšanas, mācīšanās), ir vide, kur gūt dažāda veida informāciju, zināšanas un prasmes. Šāda asociācija saskan un skaidrojama ar to identitātes pamatbūtības daļu – neatkarīgi no to veida un funkcijām LPB, LNB, SNB, INB ir sabiedrības

zināšanu ieguves centri, kuru uzdevums ir veidot, sistematizēt un uzglabāt kolektīvās atmiņas un kultūras mantojumu dažādos formātos, un ar to izglītības nolūkos nodrošināt ikvienu sabiedrības locekli. Turklāt 74% respondentu norāda, ka iespaidu par savu darbību un identitāti atstāj pašas bibliotēkas projicētais tēls un komunikācija. Protams, mediji, iespējams, ir paši spēcīgākie tēla nostiprinātāji, taču vienlaikus jāņem vērā arī no paaudzes paaudzei nodotie priekšstati, ko papildina aizspriedumi. Tātad nebūtu korekti sacīt, ka tēls pakļaujas racionāliem aprēķiniem.

Sekundāri bibliotēkām tiek piešķirts ar LNB, SNB un INB misiju saskanīgais tēla raksturojums – bibliotēkas kā valstiski nozīmīgas nacionālā un pasaules literārā krājuma (vērtību) glabātājas. Šāds definējums mijiedarbojas ar nacionālo bibliotēku praktiskās darbības galveno uzdevumu, un tas ir to identitātes pamats. Nacionālā bibliotēka, galerija, mākslas muzejs, opera vai teātris katrā valstī ir tikai viens, un katra no šīm institūcijām, to saturs ir saistīts ar nacionālo identitāti padošiem elementiem. Domājams, sabiedrība identificē nacionālo bibliotēku satura vērtību un unikalitāti, tādēļ ciena un precīzi atšifrē to spēcīgo identitāti. Apziņa par šī tēla piemišanu bibliotēkām ir ļoti augsta, tādēļ, iespējams, ka arī par LPB pastāv uzskats kā par nacionālā krājuma glabātājām, kas ir patiesi tikai daļēji.

Pastāv spēcīgs un vienkāršots priekšstats, ka bibliotēkas ir senas, vizuāli ne pārāk pievilcīgas un mūsdienīgas, un vāji digitālas ēkas ar putekļainām grāmatām. Šķietami, šis tēls neparedz nekādas plašākas bibliotēku izpausmes iespējas vai identitātes manifestācijas. Iespējams, tas saistāms ar faktu, ka lielākajai daļai sabiedrības locekļu ir bijusi vēsturiska personiska vai citu personu pārstāstīta pieredze, apmeklējot, piemēram, LNB tās senajos namos vai LPB pirms to renovācijas uzsākšanas, tāpēc pastāv priekšstats, ka šāds varētu būt arī citas bibliotēkas. Rezultātā, tiek izplatīts pārtvertais tēls, ko definē tēla uztvērēji, nevis sūtītāji. Jāņem vērā auditorijai piemītošā uztvere un nostāja attiecībā pret bibliotēkām. Šāda attieksme ir saistāma ar vizuālo identitāti, tomēr tēls ar patieso būtību disonē. LPB aizvadīto 10 gadu laikā ir piedzīvojušas renovāciju un aprīkotas ar mūsdienīgām IKT. Tikmēr INB īsteno dzīvē korporatīvo vērtību – nepārtraukta attīstība –, un īpaši akcentē korporatīvo paštēlu caur bibliotēkas digitālo platformu specializētu un mūsdienīgu dizainu. SNB vizuālo identitāti attīsta caur pakalpojumu, pasākumu un darba vides popularizēšanu digitālā formā, un tā kopumā norāda uz sev piemītošo digitālo identitāti. Bet, pateicoties Gaismas pilij, jau gandrīz gadu LNB identitāti pauž caur simbolisku un jēgpilnu ēkas dizainu ar tajā iešifrētām korporatīvajām un nacionālajām vērtībām, kā arī īpašiem suvenīriem. Interesanti, ka putekļainās mājas tēls ir tik spēcīgs priekšstats, ka jauno un ambiciozo identitātes daļu – bibliotēkas kā daudzfunkcionāli pasaules līmeņa

informācijas kultūras un norišu centri – nostāda pakārtotā hierarhiskā pozīcijā. Vienlaikus sabiedrības domāšanas konstruktī mainās, un jau 40% respondentu uzskata, ka bibliotēkām piemīt arī jaunā, eklektiskā identitāte.

Pieļaujams, balstoties uz bibliotēku mūsdienīgajiem veidoliem, funkciju un pakalpojumu dažādību un daudzveidīgo iespēju rezultātā radītu norišu atspoguļojumu medijos, bibliotēkām tiek piešķirts daudzfunkcionālu izglītības, kultūras, komunikācijas un norišu centru tēls, ko papildina tādas īpašības kā daudzpusība, aktīvisms, kvalitāte un orientācijas uz attīstību. Pastāv iespējamība, ka šis tēls ir veidots, no objekta iespējamo īpašību pārpilnības izraugoties dažas vienkāršotas vai vizualizējošas pazīmes, kas tiek piešķirtas visām bibliotēkām. Šis tēls saskan ar LPB pozicionējumu, kas ir viens no to darbības stūrakmeņiem. Šī identitātes iezīmes varētu būt skaidrojama ar Gaismas pils atklāšanu un cenšanos sekmēt līdzvērtīgu darbību. LPB kļūst par izglītības, integrācijas, sadarbības veicināšanas un kultūras krustpunktiem, ko raksturo ļoti liela proaktivitāte, cenšoties meklēt inovatīvus veidus sabiedrības uzrunāšanai un piesaistīšanai. Savukārt LNB šī identitātes daļa vēl ir mērķis, tomēr jaunās ēkas funkcionālās iespējas rada priekšstatu uz simtprocentīgu darbības daudzpusību. Turpretī SNB un INB tā jau ir kļuvusi par neatņemamu un spēcīgu būtības sastāvdaļu – ilgtspējīgu, pilnvērtīgu un laikmeta diktētu izzināšanas formu.

Bibliotēku tēls „Izstāžu zāles”, kas izriet no to mūsdienu funkcionālajām iespējām un vizuāli novērtējamiem spriedumiem (regulāras ekspozīcijas), varētu būt saistāms ar daudzfunkcionālā centra identitāti, tomēr kā atsevišķa identitātes daļa tas neparādās.

Respondenti norāda, ka bibliotēkas asociē arī kā pieejamas, atvērtas un aicinošas satikšanās vietas un iekļaujošas sociālā atbalsta institūcijas. Šīs īpašības kā vērtība piemīt visām pētītajām bibliotēkām, tomēr abi minētie tēli vairāk saskan ar LPB identitāti – sociālās līdzdalības, vienošanas un kopienas sašķeltības konsolidācijas veicinātājas. Nākotnes perspektīvā dokumenti paredz LNB iegūt izteiktu cilvēku satikšanās vietas, tūrisma objekta un starptautiska līmeņa pasākumu norises vietas lomu. INB demokrātiskās satikšanās aspekts tiek īstenots tikai daļēji, jo pastāv daudz noteikumu, kad un kā bibliotēkas var apmeklēt. Savukārt asociācija ar bibliotēkām kā tūrisma apskates objektiem izveidojusies galvenokārt LNB atklāšanas dēļ, tomēr tā nav bibliotēkas identitātes daļa. Drīzāk – jaunās ēkas fenomena radīta situācija, kad gan vietējie, gan ārvalstu iedzīvotāji vēlas jaunumu iepazīt. Tiesa, tēls „atpūtas un izklaides vietas” saskan ar bibliotēku identitāti, jo tās ir vietas ne tikai izglītībai, bet arī atpūtai un izklaidei.

Domājams, politisko norišu vietas tēls arī ir attiecināms uz LNB – LPESP centrālo norišu vietu. Tas ir bibliotēkas identitātes papildinājums uz pusgadu. Tiesa, tā „nospiedumi” sabiedrības priekšstatos par LNB ir jūtami, tomēr to būtu nepareizi norādīt kā pilnasinsīgu, bibliotēkas manifestētu, un arī uz citām bibliotēkām attiecināmu identitātes daļu.

7% gadījumu bibliotēkām tiek piešķirti tēli, kas saistīti ar bibliotēku darbībām vai atsevišķām izpausmēm, kas nav saistāmas ar identitāti.

Nobeigumā secināms, ka gan bibliotēku identitāte, gan arī tēls, tiesa, atšķirīgos veidos, ataino institūcijas un to pārstāvju izpausmes, vērtīborientācijas, uzvedības, tostarp attieksmes. Varētu teikt, ka personu un organizāciju identitātes un tēli ir kļuvuši par to „uzvedības” izskaidrošanas vai prezentēšanas pamatrādītājiem.

Bibliotēkām piešķirtie tēli vairumā gadījumu ir vienkāršotas interpretācijas par to darbībām vai dažādām izpausmēm, mērķiem, uzdevumiem. Fiksējams, ka tie saskan ar gadu gaitā iesakņotiem, darbības pirmsākumos definētiem bibliotēku pamatbūtības un izpausmju aspektiem, kas vairumā gadījumu visām bibliotēkām ir vienādi. Iespējams, īpaši Latvijā, kur personu saskarsme ar bibliotēkām agrākajos gados nav bijusi bieža (piemēram, 2013. gadā LNB apmeklēja 73 000 reižu, kamēr 2014. gada pusgada laikā Gaismas pilī – 255 000 reižu) (Latvijas Nacionālā bibliotēka, Statistika 2015), sabiedrība vēl pilnvērtīgi nepieņem un neasociē bibliotēkas kā uz izpausmju daudzveidību un mūsdienību pretendējošas institūcijas. Šos domāšanas konstruktus izmainīt, pieļaujams, nevar īsā laikā. Raugoties uz SNB un INB, vērojamas mūsdienīgi pilnveidotas identitātes, taču Latvijā, ņemot vērā sabiedrības vēsturisko pieredzi ar bibliotēkām, šie būtības pozicionējumi tēlu veidā kopumā netiek atšifrēti. Vispirms tiek piešķirti tēli bāzes identitātes daļām. Iespējams, sabiedrības jaunās identitātes šķautnes Latvijā vēl neuzskata par pilnvērtīgām identitātes daļām, nav ar tām saskārusies. Šobrīd cilvēki pakāpeniski iepazīst bibliotēku daudzveidīgās identitātes. Taču paralēli pieņemams, ka jaunā LNB ēka un tās korporatīvais simbolisms stiprina un iedvesmo papildināt ne vien citu bibliotēku pašpozicionējumu, bet arī to tēlu.

Tēlu un identitāšu mijiedarbība fiksējama brīdī, kad aplūkojam vienkāršotas, vispārzināmas bibliotēku identitātes izpausmes un formulējumus. Tāpat saskanība norit, kad tiek salīdzinātas vizuāli pamanāmas identitātes iezīmes (bibliotēka kā izstāžu zāle vai politisko norišu vieta. Nebūtu korekti sacīt, ka starp bibliotēku tēliem un identitātēm pastāv faktoloģiskas atšķirības. Tās vien atklājamas, kad vērtējam, kādas ir bibliotēku prioritārās manifestētās identitātes un būtības formas un kādi ir sabiedrības prioritāri izvirzītie tēli.

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Maģistra darba „Bibliotēku identitātes un to tēli sabiedrībā. Latvijas publisko bibliotēku, Latvijas Nacionālās bibliotēkas, Somijas Nacionālās bibliotēkas, Igaunijas Nacionālās bibliotēkas gadījumu izpēte” mērķis bija noskaidrot, kādas ir mūsdienu bibliotēku identitātes jeb paštēli, un kādi ir to publiskie tēli, vienlaikus vērtējot, vai bibliotēku tēli saskan ar to identitātēm. Mērķis ir sasniegts, jo, veicot stratēģiskās plānošanas dokumentu analīzi, intervijas ar bibliotēku direktoriem, aptaujājot darbiniekus un sabiedrību, noskaidrotas gan esošās, gan vēlamās, gan plānotās organizāciju identitātes, kā arī pastāvošie tēli – vairumā gadījumu vienkāršotas un stereotipiskas interpretācijas par bibliotēku pamatizpausmēm vai uzdevumiem. Pētījuma rezultāti uzrāda, ka bibliotēkām kopumā, un konkrēti – LPB, LNB, SNB, INB – piemīt multiplas identitātes. Katra bibliotēka iemieso tās specifikai, funkcijām, mērķiem, vērtībām atbilstošas pamatidentitātes (būtības kodolu), kā arī laikmeta diktētus un sabiedrības izziņas vajadzības apmierinošus to papildinājumus. Arī bibliotēku tēli, atkarībā no publikām un veidiem, kādos sabiedrība saskaras ar institūcijām, atklājas daudzveidīgi. Rezultātā, starp bibliotēku identitātēm un tēliem nav fiksējama vienbalsīga un maksimāla mijiedarbība.

Darba izstrādes sākumā autors izvirzīja šādu pētniecisko jautājumu: „Vai pastāv atšķirība starp LPB, LNB, SNB, INB identitātēm un tēliem?” Darba noslēgumā iespējams secināt – kaut arī abi pētāmie koncepti ataino bibliotēku un to pārstāvju izpausmes, vērtīborientācijas, uzvedības, attieksmes, tas notiek gan atšķirīgi, gan iespējama mijiedarbība. Atšķirības iezīmējas, kad vērtējam, kādas ir bibliotēku prioritāri manifestētās identitātes un kādus tēlus šīm institūcijām prioritāri piešķir sabiedrība, kā arī, kad secinām, ka bibliotēku pilnveidotās identitātes sabiedrība tēlu veidā (vēl) neatšifrē.

Pētījuma gaitā autors nonācis pie šādiem secinājumiem:

1. **Latvijas bibliotēku identitāšu definējumus, kas visspilgtāk atspoguļojas uztvertajā tēlā, nosaka šo organizāciju iekšējās publikas; pakārtota loma ir saistītajiem (šķietami prioritārajiem) avotiem.** Formālu un idealizētu pastāvošo un nākotnes identitāšu pozicionējumu nosaka gan stratēģiskie dokumenti, gan vadības uzskati, taču reālo tagadnes situāciju, kas līdzinās sabiedrības interpretācijām par tēlu, visprecīzāk raksturo darbinieki. Šī izpratne ir no ikdienas praktiskās darbības izrietoši, novērojumos balstīti secinājumi (bibliotēka – „nacionālā krājuma glabātāja”, „socializācijas centrs”,

„mācību telpa”, „izklaides vieta”, „psihologa kabinets”, „pilsētas vietzīme”, „eirobirokrātu mītne”, „tūrisma galamērķis”).

2. **Mūsdienās bibliotēkām piemīt vairākas (arī savstarpēji atšķirīgas) identitātes, un tās nav hierarhiski ranžējamas.** Kā apstiprina pētījums un teorētiskās nostādnes, vienai organizācijai var būt multiplas identitātes – gan dokumentu, direktoru un darbinieku veidotas vai noteiktas esības formas, gan izrietošas no funkcijām, izpausmēm, misijas, vērtībām un citiem darbību raksturojošiem elementiem. Iespējams, nav korekti runāt par vissvarīgāko identitāti, taču šādi netiek izslēgta vienojošā, pamata, bāzes vai centralizētā identitāte.
3. **LPB, LNB, SNB un INB piemīt krājuma veidošanas, sociālās līdzdalības un integrācijas, izglītošanas, kulturālās bagātināšanas un sadarbības veicināšanas bāzes identitāte.** Tā ir daudzpakāpju, jo šeit tiekas cilvēki ar dažādām interesēm, pieredzēm, uzskatiem. Tā kā bibliotēku darbības mērķis ir nodrošināt informācijas pieejamību visiem iedzīvotājiem neatkarīgi no demogrāfiskām iezīmēm, organizācijas veicina daudzveidīgās sabiedrības saskarsmi, jaunradi un risina kopienu sašķeltības problēmas. LPB Gaismas pils atklāšanas iespaidā arvien vairāk papildinoši sevi pozicionē kā lokālos kultūras un izglītības centrus.
4. **SNB pakalpojumu sniegšanas ziņā iedzīvina progresīvo digitālo identitāti, tikmēr LPB, LNB un INB būtība, izpausmes un auditoriju sasniegšana vēl norit galvenokārt tradicionālās formās.** SNB direktors K. Ekholms norāda, ka, bibliotēkām ir jāatbalsta sabiedrība, kad tā komunicē, grib mācīties, pulcēties, gūt emocijas, turklāt tas jādara laikmetīgos un mūsdienu sabiedrībai ērtos veidos. Turklāt aizvadīto 20 gadu laikā skandināvu bibliotēkas kļuvušas par paraugmodeļiem valstīm ar mazāk attīstītu bibliotēku sistēmu. (Kesselman un Irwin 2004, 67)
5. **Bibliotēku tēli, tāpat kā identitātes, ir multipli, un tie primāri ir balstīti institūciju pamatfunkcijās un projicētajā paštēlā.** Veids, kādā indivīds saskaras ar bibliotēkām, nosaka to, kādi un cik tēli tām tiek piedēvēti un cik precīzi tiek atpazītas identitātes. Latvijas bibliotēkām tika piešķirti vairāk nekā 11 tēli. Auditorija 93% gadījumu tos iepazīst personiskas saskarsmes ceļā, kā arī uztverot bibliotēkas pašmanifestāciju. Savukārt mediju radītajiem tēliem tiek pievērsta mazāka uzmanība. Iespējams, mediji

galvenokārt koncentrējas uz problemātisku aspektu vai pasākumu atspoguļojumu, kamēr bibliotēku klientus primāri interesē institūciju saturs, krājums, vide izziņai.

6. **Galvenokārt par bibliotēkām pastāv priekšstati kā par izglītojošām, informējošām un kompetentām mācību telpām.** Latvijā, kur personu saskarsme ar bibliotēkām agrāk nav bijusi bieža (2013. gadā LNB apmeklēta 73 000 reižu, 2014. gadā Gaismas pilī – 255 000 reižu) sabiedrība, iespējams, vēl pilnvērtīgi nepieņem bibliotēku pilnveidotās identitātes šķautnes un neasociē institūcijas kā uz izpausmju daudzveidību un mūsdienību pretendējošas institūcijas. Būtiska nozīme ir arī apmeklētāju pieredzei, kas gūta bērniībā, izglītības iestādēs, uz klausot radu un paziņu viedokļus. Tāpēc bibliotēkas, balstoties uz vienkāršotām pazīmēm (grāmata – zināšanas, mācīšanās), ir vide, kur gūt dažāda veida informāciju, zināšanas un prasmes, un tēlu interpretācijas par bibliotēku darbību, mērķiem, uzdevumiem tiek piešķirtas bāzes identitātes daļām.
7. **Visām bibliotēkām 40% gadījumu tiek piešķirts eklektiskais daudzfunkcionālu, aktīvu, kvalitatīvu un uz attīstību orientētu izglītības, kultūras, komunikācijas un norišu centru tēls.** Iespējams, tas veidots, balstoties uz bibliotēku mūsdienīgajiem veidoliem, pakalpojumu dažādību un daudzveidīgo iespēju rezultātā radītu norišu atspoguļojuma medijos, kā arī – no Gaismas pils īpašību un iespēju pārpilnības izraugoties dažas vienkāršotas vai vizuāli tipoloģiskas pazīmes.
8. **Latvijā, ņemot vērā sabiedrības pieredzi ar LPB un LNB (senas ēkas ar noputējušām grāmatām) un salīdzinot ar SNB un INB, mūsdienu pilnveidotās identitātes (daudzfunkcionāli kultūras un izglītības centri, satikšanās vietas) tēlu veidā primāri netiek atšifrēti.** Izpratne par bibliotēkām saskan ar ļoti ierobežotu patiesā tēla un identitātes daļu, paverot izpausmes iespējas stereotipiem. Spēcīgās un vienkāršotās, ar vēsturisko pieredzi saistītās asociācijas (49% viedokļu), ka bibliotēkas ir senas, vizuāli nepievilcīgas, vecmodīgas, un vāji digitālas ēkas ar putekļainām grāmatām, šķiet, neparedz plašākas institūciju izpausmes iespējas vai identitātes manifestācijas. Situācija norāda, ka sabiedrībai ir bijusi pieredze, apmeklējot, piemēram, LNB tās senajos namos vai LPB pirms to renovācijas, tāpēc pastāv priekšstats, ka šādas varētu būt visas bibliotēkas. Minētā attieksme ir saistāma ar agrāko vizuālo identitāti, tomēr tēls ar patieso būtību disonē.

9. **Pārmērīga orientēšanās uz laikmeta piedāvātajām attīstības iespējām un sabiedrības pieprasījumu (galvenokārt saistīts ar darbības sasaisti ar kultūras un digitālo jomu) var nomākt bibliotēku identitāšu kodolu un traucēt darbību.** Saskaņā ar A. Vilka un LNB darbinieku viedokļiem, bibliotēkām jābūt stingrai nostājai un izpratnei par savu pamatbūtību un misiju, pretējā gadījumā bāzes identitātes kļūst sadrumstalotas un izplūdušas, radot šķēršļus brīdī, kad tiek veidoti nākotnes darbības mērķi un prioritātes. „Citkārt mēs pārrakstītu stratēģiju katru dienu – tomēr mugurkaulam un skaidrībai par pamatiem jābūt. Pirmkārt, bibliotēka ir bibliotēka, un mums ir tā priekšrocība to zināt vislabāk.”
10. **Korporatīvais paštēls ir mūsdienu bibliotēku identitātes nostiprināšanas iespēja, jo pieradina auditoriju pie organizācijas atpazīšanas pēc vizuāliem kritērijiem, kas palielina atšķirību starp citām institūcijām.** Vizuālā identitāte bibliotēku darbībā ieņem lielu lomu, un ietekmē ārējo tēlu. LNB, SNB un INB atšķir vizuālā identitāte. INB akcentē savu digitālo platformu specializēto dizainu, kamēr SNB vizuālo būtību attīsta caur pakalpojumu, pasākumu un darba vides popularizēšanu digitālajos medijos. LNB paštēlu pauž visiedarbīgāk, jo pastāv spēcīgs, simbolisks ēkas dizains ar tajā iesifrētām korporatīvajām un nacionālajām vērtībām, kā arī īpaši suvenīri un korporatīvā stila noteikumi.
11. **Bibliotēku identitātes ir kā teksts, kas jāskata saiknē ar kultūras un laikmeta konteksta iezīmēm.** Vērtējot teoriju un pētījumu par LPB, LNB, SNB, INB identitātēm, izriet, ka 21. gs. notiek bibliotēku pārveide vai jaunrade. Tās (un to identitātes) tiek pilnveidotas un iekārtotas dialogā ar vietējo sabiedrību, apkārtni, situāciju bibliotēku nozarē citviet pasaulē. Bibliotēkām ir jauni pašpozicionējuma mērķi – kļūt par daudzfunkcionāliem informācijas centriem ar integrētiem bibliotekārajiem procesiem.

Balstoties uz veiktajiem secinājumiem, autors piedāvā šādus priekšlikumus:

1. **LR bibliotēku kultūrpolitikas veidotājiem un direktoriem bibliotēku darbības mērķu, uzdevumu, misiju, vērtību, izpausmju nostādnes jāintegrē institūciju darbinieku secinājumi, viedokļi.** Latvijas bibliotēku darbinieki ikdienas praktiskajā darbā visprecīzāk var novērot un secināt, kādiem mērķiem bibliotēkas tiek izmantotas, kuras funkcijas un pakalpojumi ir vispieprasītākie, kādas vērtības un attieksmes

apmeklētāji novērtē visvairāk. No šīm atziņām iespējams formēt esošo un vēlamu identitāšu nostādnes.

2. **Bibliotēkām plašāk, izmantojot SA, jāmanifestē savu identitāšu, izpausmju iespējamā dažādība.** Rezultātā, sabiedrībā pieaugs izpratne par bibliotēkām kā izteikti sociāli atvērtām un demokrātiskām institūcijām, kas orientējas nevis uz segmentētām mērķauditorijām, bet dažādām, pat savstarpēji nesaistītām auditorijām.
3. **LPB, LNB un INB, piedāvājot jaunas satura platformas, jāattīsta informācijas un pakalpojumu pieejamība digitālajā vidē.** Mūsdienās pastāv jauni un inovatīvi informācijas ieguves un izmantošanas noteikumi. Bibliotēkām jāapzinās, ka sabiedrība neapmeklē šīs institūcijas tikai fiziski, bet arī digitāli. Respektīvi, darbība būtu jāpielāgo internetam, šādi krājums tiktu ekspluatēts pilnīgāk. Kā norāda K. Ekholms, „mūsdienu cilvēkam nav laika gaidīt, plānot, mums jāiedzīvina tagadnes aspekts (*presentism*) jeb klātbūtne cilvēku dzīvēs.
4. **Lai sabiedrība precīzāk caur publiskajiem tēliem atšifrētu bibliotēku identitātes (tostarp mūsdienīgās), to daudzos mērķus, iespējas un modernizētos vizuālos veidolus, regulāri jāriko „atvērto durvju dienas”, šādi pieradinot apmeklētājus ierasties bibliotēkās klātienē, to iepazīt.** „Atvērto durvju dienu” laikā sabiedrība tiktu iepazīstināta ar bibliotēku daudzpusīgo pakalpojumu un iespēju klāstu, izstāstot, kas piedāvājumā ir noderīgākais. Vienlaikus rastos stingrāks priekšstats par to, ka bibliotēkas ir jaunieceltas un/vai renovētas, un šeit (ne tikai LNB, bet arī LPB) pieejamas gan grāmatas vai klusas lasītavas, gan arī izstāžu telpas vai koncertzāles. Tādējādi (multiplie)tēli būtu precīzi pēc bibliotēku identitātes būtības, cilvēki izprastu, ka bibliotēkām var piemist arī iepriekš neiepazītas identitāšu šķautnes, un saruktu stereotipiski priekšstati. Vienlaikus mazinātos gadījumu skaits, kad indivīdi par bibliotēkām informāciju meklētu medijos (kas var piedāvāt neprecīzus tēlus).
5. **Apmeklētājiem jāpiedāvā kultūras un digitālie pasākumi un pakalpojumi, caur kuriem tiek popularizēti arī bāzes identitātes elementi.** Piemēram, izstādēs jāizmanto krājuma materiāli un jāsniedz norādes, kur un kā tiem iespējams piekļūt. Digitālajā komunikācijā un piedāvājumā jāakcentē tradicionālie pakalpojumi. Jārīko norises, kas bez maksas pieejami ikvienam iedzīvotājam (demokrātija).

6. **Bibliotēkām jārada savs vizuālais zīmols, brends.** Tas kalpos kā kvalitātes zīme, lai paustu identitāti un pieradinās auditoriju pie konkrēta, uzticama tēla.

Komunikācijas zinātnes laukā šis pētījums kalpo kā vērtīgs analītiskas informācijas materiāls par mūsdienu bibliotēku identitātēm un tēliem, raugoties no Latvijas un divu progresīvu bibliotēku kultūras valstu – Somijas un Igaunijas – skatupunkta. Bibliotēkas ir sociāli fenomenālas institūcijas, kas saskaņā ar regulārām nozares profesionālā žurnāla „Scandinavian Public Library Quarterly” publikācijām, pateicoties tehnoloģiju attīstībai, 21. gs. piedzīvo arvien lielāku popularitāti un pārmaiņas (tostarp tēlu un identitātes jautājumā).

Kaut arī par bibliotēku identitāšu pilnveidojumiem Latvijas kontekstā nereti tiek rīkotas akadēmiskas diskusijas (galvenokārt bibliotēkzinātnes laukā), pētījumu vai diskusiju konkrēti par bibliotēku identitātēm un tēliem, īpaši starpdisciplinārā rakursā, skaits ir salīdzinoši neliels. Līdz ar to maģistra darba autors uzskata, ka šis pētījums var kalpot kā teorētiski un empīriski faktoloģiska bāze daudzpusīgākai un starpdisciplinārai bibliotēku identitāšu un tēlu izpētei – izstrādātais materiāls, iespējams, var kļūt aktuāls ne tikai stratēģiskās un sabiedrisko attiecību vadības, bet arī bibliotēkzinātnes jomā.

Lai gūtu pilnvērtīgu priekšstatu par Latvijas un ārzemju bibliotēku identitātēm un tēliem, to attiecībām un pēc iespējas lielākas saskanības iespējām nākotnē, autors norāda, ka būtu jāveic paplašināts sadarbības pētījums ar Somijas un Igaunijas (un/vai citu valstu) bibliotēku darbiniekiem, bibliotēkzinātnes, identitātes un tēla pētniekiem. Papildinoši ar, piemēram, kontentanalīzi un diskursa analīzi jāanalizē gan Latvijas, gan ārzemju bibliotēku apzinātās un neapzinātās komunicētā tēla izpausmes medijos, reklāmās, bibliotēku radītos materiālos.

SAĪSINĀJUMU UN SPECIĀLO TERMINU SARAKSTS

ASV – Amerikas Savienotās Valstis

BKC – Bibliotēku konsultatīvais centrs

CSP – Centrālā statistikas pārvalde

DSI – daļēji strukturētā intervija

ES – Eiropas Savienība

HU – Helsinku Universitāte

IFLA – Starptautiskā bibliotēku asociāciju un institūciju federācija (*International Federation of Libraries and Institutions*)

IKT – interneta un komunikācijas tehnoloģijas

INB – Igaunijas Nacionālā bibliotēka

KD – Komunikācijas departaments

KISC – Kultūras informācijas sistēmu centrs

KM – Kultūras ministrija

KVN – Krājuma veidošanas nodaļa

LNB – Latvijas Nacionālā bibliotēka

LPB – Latvijas publiskās bibliotēkas

LPESP – Latvijas prezidentūra Eiropas Savienības Padomē

LR – Latvijas Republika

LU – Latvijas Universitāte

MK – Ministru kabinets

PN – Personāla daļa

PSRS – Padomju Sociālistisko Republiku Savienība

SA – sabiedriskās attiecības

SAN – Stratēģiskās attīstības nodaļa

SD – semantiskais diferenciālis

SNB – Somijas Nacionālā bibliotēka

Bibliotēka – **1)** sociāla, kultūras, zinātnes, izglītības institūcija, kas komplektē iespieddarbus un citus informācijas avotus (rokrakstus, periodiskos izdevumus, kartogrāfiskos, audiovizuālos un citus materiālus), organizē un nodrošina to izmantošanu sabiedrībai, veic bibliogrāfijas un informācijas darbu. (Vilks 1991, 87) **2)** Dažādos formātos veidota un organizēta literāro un

dokumentāro materiālu kolekcija, kam nodrošināta sabiedrības vai tās mērķgrupu fiziska, bibliogrāfiska un intelektuāla piekļuve. (Clark un Carter 2012, 151)

Nacionālā bibliotēka – 1) nacionāla līmeņa depoziētinstītūcija, kuras uzdevums ir iegūt, saglabāt un padarīt publiski pieejamu publicēto literāro, dokumentāro un citu formātu informāciju valstī. Nacionālās bibliotēkas veido nacionālo bibliogrāfiju, uzglabā lielu daudzumu aktuālu un reprezentatīvu ārzemju literatūras un cita veida informācijas vienību, darbojas kā nacionālās bibliogrāfiskās informācijas centrs, apkopo valsts bibliotēku statistiku. (Lor un Sonnekus 1997)

2) valsts veidota publiskā bibliotēka, kuras uzdevums ir visaptverošas nacionālo publikāciju kolekcijas veidošana, nacionālās bibliogrāfijas veidošana, daudzpusīgas starptautiska mēroga zinātnisko publikāciju kolekcijas veidošana, valsts bibliotēku tīkla uzturēšana, bibliogrāfisko rīku izstrādāšana. (Clark un Carter 2012, 173)

Publiskā bibliotēka – kultūras un atmiņas institūcija, ko dibina, atbalsta un finansē sabiedrība – vietējās vai reģionālās pašvaldības, valsts vai sabiedriskās struktūras. Izmantojot resursus un sniedzot pakalpojumus, tā nodrošina pieeju zināšanām, informācijai un mākslinieciskās jaunrades darbiem visiem sabiedrības locekļiem neatkarīgi no rases, tautības, vecuma, dzimuma, reliģiskās piederības, valodas, fiziskajiem vai garīgajiem traucējumiem, ekonomiskā vai nodarbinātības statusa un izglītības līmeņa. (Gill 2008, 1)

IZMANTOTO INFORMATĪVO AVOTU SARAKSTS

1. Algeo, John. 1973. *A Semantic Differential Measurement*. Texas: Texas Tech University.
2. Baines, Paul, and Frank Jefkins. 2000. *Public Relations: Contemporary Issues and Techniques*. United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
3. Barriball, Louise, and Alisson While. 1994. *Collecting Data Using a Semi-Structured Interview: a Discussion Paper*. London: Journal of Advanced Nursing. Skatīts 24.03.2015.
file:///C:/Users/User/Downloads/Barriball%20&%20While%201994%20Collecting%20data%20using%20a%20semi-structured%20interview%20JAN.pdf
4. Boorstin, Daniel. 1992. *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. New York: Vintage Books.
5. Brophy, Peter. 2007. *The Library in the Twenty-First Century*. London: Facet Publishing.
6. Bryman, Alan. 2004. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
7. Bryman, Alan. 2005. *Quantitative Data Analysis With SPSS 12 and 13*. London: Routledge.
8. Burke, Peter, and Jan Stets. 2009. *Identity Theory*. Oxford: Oxford University Press.
9. Buss, Eugene. 2006. „Tēls un reputācija – uzņēmuma komunikācijas stūrakmens.” No *Cilvēku, zīmolu, mediju un kultūras menedžments: rakstu krājums*, sast. Ivars Bērziņš un Klauss Nēbels, 88–103. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
10. Castells, Manuel. 2010. *The Power of Identity*. Oxford: Wiley-Blackwell.
11. Centrālā statistikas pārvalde. 2015. „Izglītība.” Skatīts 10.05.2015.
<http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/izglitiba-galvenie-raditaji-30273.html>
12. Cheney, George. 2004. *Organizational Communication in an Age of Globalization: Issues, Reflections, Practices*. Long Grove: Waveland Press.
13. Clark, Eric, and Bo Petersson. 2003. *Identity Dynamics and the Construction of Boundaries*. Lund: Nordic Academic Press.
14. Clark, Michael, and Toni Carter. 2012. *ALA [glossary] of Library and Information Science*. Chicago: ALA Editions.
15. Corbetta, Piergiorgio. 2003. *Social Research: Theory, Methods and Techniques*. London: SAGE Publications.
16. Cornelissen, Joep. 2011. *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. California: SAGE Publications.

17. Dictionary.com. 2015. „Image.” Skatīts 15.03.2015.
<http://dictionary.reference.com/browse/image>
18. Dripe, Jānis. 2014. *Latvijas Nacionālā bibliotēka – no skices līdz unikālai ēkai*. Rīga: Latvijas Nacionālās bibliotēkas Atbalsta biedrība.
19. Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender and Identity*. London: Routledge.
20. Gibson, William, and Andrew Brown. 2009. *Working with Qualitative Data*. London: SAGE Publications.
21. Gill, Philip. 2008. *Publisko bibliotēku pakalpojumi: IFLA/UNESCO vadlīnijas attīstībai*. Rīga: Latvijas Nacionālā bibliotēka.
22. Gray, David. 2004. *Doing Research in the Real World*. London: SAGE Publications.
23. Guibernau, Montserrat. 2007. *The Identity of Nations*. Cambridge: Polity Press.
24. Hansson, Joacim. 2010. *Libraries and Identity: the Role of Institutional Self-image and Identity in the Emergence of New Types of Library*. Oxford: Chandos.
25. Harrell, Margaret, and Melissa Bradley. 2009. *Data Collection Methods: Semi-Structured Interviews and Focus Groups*. Santa Monica: RAND Corporation.
26. Hatch, Mary. 1997. *Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
27. Hatch, Mary, and Majken Schultz. 2004. *Organizational Identity*. Oxford: Oxford University Press.
28. History Learning Site, Bryan, Lee. 2014. „Structured Questionnaires.” Skatīts 25.03.2015.
http://www.historylearningsite.co.uk/structured_questionnaires.htm
29. Hofstede, Geert, and Jan Hofstede. 2005. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
30. Hogg, Michael, and Deborah Terry. 2001. *Social Identity Processes in Organizational Contexts*. Philadelphia: Psychology Press.
31. Holzinger, Ingo, and Rumina Dhalla. 2007. „Multiple Identities in Organizations: The Effects of Diversity on Organizational Identity.” *International Journal of Diversity in Organizations, Communities and Nations*. 7 (5): 43–50.
32. Hoyle, Rick, Monica Harris, and Charles Judd. 2002. *Research Methods in Social Relations*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
33. Itheme, Andee. 2013. „Corporate Image, Identity and Strategy.” No II. *International Conference on Communication, Media, Technology and Design*. 02–04 May 2013.

- Famagusta, Cyprus.* Skatīts 15.03.2015.
<http://www.cmdconf.net/2013/makale/PDF/12.pdf>
34. IFLA WLIC 2013. „Programme.” Skatīts 28.04.2015.
<http://conference.ifla.org/past-wlic/2013/programme-and-proceedings.htm>
35. Kajee, Leila. 2008. *Constructing Identities in Online Communities of Practice: A Case Study of Online Learning*. Bern: Peter Lang.
36. Kesselman, Martin, and Irwin Weintraub. 2004. *Global Librarianship*. New York: Marcel Dekker, Inc.
37. Kitchen, Philip. 2000. *Public Relations: Principles and Practice*. London: International Thompson Business Press.
38. Klenke, Karin. 2008. *Qualitative Research in the Study of Leadership*. United Kingdom: Emerald Group Publishing Limited.
39. Krasovska, Marlēna. 2014. *Latvijas publisko bibliotēku direktoru Apaļā galda diskusiju materiāli 2014./2015. gadam*. Rīga: Latvijas Nacionālā bibliotēka.
40. Kristapsone, Silvija. 2008. *Zinātniskā pētniecība studiju procesā*. Rīga: Turība.
41. Kunczik, Michael. 1997. *Images of Nations and International Public Relations*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
42. Laitin, David. 1998. *Identity in Formation*. New York. Cornell Publishing Press.
43. Larsen, Jonna. 2010. *Nordic Public Libraries 2.0*. Copenhagen: Danish Agency for Libraries and Media.
44. Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbības stratēģija 2014.–2018. gadam. Skatīts 02.04.2015. <http://dom.lnb.lv/data/obj/file/164100.pdf>
45. Latvijas Nacionālās bibliotēkas likuma projekts. 2015. Skatīts 02.04.2015. Ierobežotas piekļuves dokuments.
46. Latvijas Nacionālā bibliotēka. 2015. „Bibliotēku statistika.” Skatīts 13.04.2015.
<http://lnb.lv/lv/latvijas-biblioteku-statistikas-informacijas-apkoposana>
47. Latvijas Nacionālās bibliotēkas darbinieku aptauja „Par pārmaiņām un izaicinājumiem, pārceļoties uz Gaismas pili.” Skatīts 24.03.2015. Ierobežotas piekļuves dokuments.
48. Latvijas Nacionālā bibliotēka. 2015. „Par bibliotēku.” Skatīts 13.04.2015.
<http://www.lnb.lv/lv/biblioteka>
49. Latvijas Nacionālā bibliotēka. 2015. „Par institūciju.” Skatīts 13.04.2015.
<http://www.lnb.lv/lv/par-lnb/par-instituciju>

50. Latvijas Republikas Labklājības ministrija. 2015. „Sēdes protokols Nr. 15. 2008.” Skatīts 14.04.2015. <http://www.lm.gov.lv/text/1150>
51. Latvijas Republikas Kultūras ministrija. 2015. „Jaunumi.” Skatīts 15.04.2015. http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=5282
52. Lawler, Steph. 2010. *Identity: Sociological Perspectives*. Cambridge: Polity Press.
53. Lerpold, Lin, and Davide Ravasi. 2007. *Organizational Identity in Practice*. New York: Routledge.
54. Lindlof, Thomas, and Bryan Taylor. 2002. *Qualitative Communication Research Methods*. California: SAGE Publications.
55. Lor, Peter, and Elizabeth Sonnekus. „UNESCO Guidelines for Legislation for National Library Services.” Skatīts 25.04.2015. http://www.unesco.org/webworld/nominations/guidelines1_h.htm#
56. Luhmann, Niklas. 1973. *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion Sozialer Komplexitaet*. Stuttgart: Enke.
57. Malešević, Siniša. 2006. *Identity as Ideology: Understanding Ethnicity and Nationalism*. New York: Palgrave Macmillan.
58. Manghani, Sunil. 2013. *Image Studies. Theory and Practice*. London: Routledge.
59. May, Tim. 2003. *Social Research: Issues, Methods and Process*. Great Britain: Open University Press.
60. Mcmenemy, David. 2009. *The Public Library*. London: Facet Publishing.
61. Merten, Klaus. 1999. *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. I*. Muenster: Lit.
62. Miller, Robert, and John Brewer. 2003. *The A-Z of Social Research*. London: SAGE Publications.
63. Moingeon, Bertrand, and Guillaume Soenen. 2002. *Corporate and Organizational Identities: Integrating strategy, marketing, communication and organizational perspectives*. London: Routledge.
64. Morgan, Gareth. 1997. *Images of Organization*. California: SAGE Publications.
65. National Library of Estonia. 2015. „National Library of Estonia.” Skatīts 17.04.2015. <https://www.nlib.ee/en/national-library-of-estonia/>
66. National Library of Finland. 2015. „About us.” Skatīts 16.04.2015. <http://www.nationallibrary.fi/infoe.html>
67. National Library of Finland. 2015. „Collections.” Skatīts 16.04.2015.

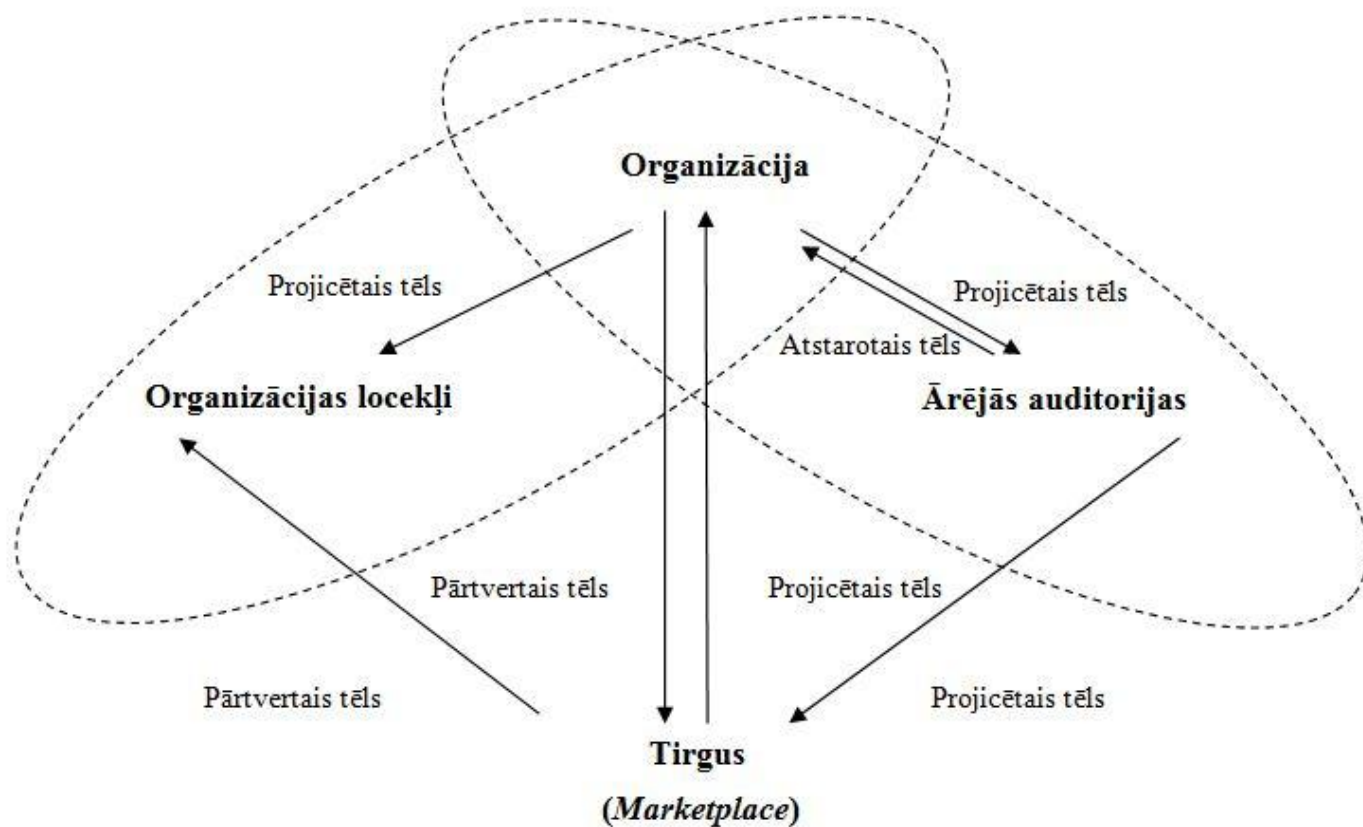
- <http://www.nationallibrary.fi/services/kokoelmat.html>
68. National Library of Finland. 2015. „Culture Activities.” Skatīts 16.04.2015.
<http://www.nationallibrary.fi/culture/info.html>
69. National Library of Finland. 2015. „Services.” Skatīts 16.04.2015.
<http://www.nationallibrary.fi/services/palvelut.html>
70. Neinberga, Monta. 2010. „Jaunā Rīgas teātra režisora Alvja Hermaņa tēls latviešu presē, aģentūras „Leta” ziņās un interneta portālos laika posmā no 2009. gada 1. janvāra līdz 2010. gada 31. martam.” Bakalaura darbs, Komunikācijas studiju programma, Latvijas Universitāte.
71. Neuman, Lawrence. 2006. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. USA: Pearson Education.
72. Olins, Walley. 1996. *Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design*. London: Thames & Hudson Publishers.
73. Padgett, Deborah. 1998. *Qualitative Methods in Social Work Research*. London: SAGE Publications.
74. Patton, Michael. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London: SAGE Publications.
75. Price, Kristin, and Dennis Gioia. 2008. „The Self-monitoring Organization: Minimizing Discrepancies Among Differing Images of Organizational Identity.” *Corporate Reputation Review*. 11 (3): 208–221.
76. Price, Kristin, Dennis Gioia, and Kevin Corley. 2008. „Reconciling Scattered Images: Managing Disparate Organizational Expressions and Impressions. *Journal of Management Inquiry*. 17 (3): 173–185. doi: 10.1177/1056492608314991
77. Prins, Hans. 1995. *The Image of the Library and Information Profession: How We See Ourselves: An Investigation: A Report of an Empirical Study Undertaken on Behalf of IFLA's Round Table for the Management of Library Associations*. München: K. G. Saur.
78. Punch, Keith. 2000. *Introduction to Social Research: Quantitative & Qualitative Approaches*. London: SAGE Publications.
79. Questia.com, Dutton, Jane, and Janet Dukerich. 2015. „Organizational Images and Member Identification.” Skatīts 12.03.2015.
<https://www.questia.com/read/1G1-16063197/organizational-images-and-member-identification>

80. Questia.com, Gioia, Dennis, and James Thomas. 2015. „Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia.” Skatīts 16.03.2015.
<https://www.questia.com/read/1G1-18905151/identity-image-and-issue-interpretation-sensemaking>
81. Radošā Latvija: Bibliotēku nozares stratēģija 2014–2020. Skatīts 02.04.2015.
82. Raworth, Kate, Caroline Sweetman, and Swati Narayan. 2012. *Conducting Semi-structured Interviews*. Skatīts 23.03.2015.
https://books.google.lv/books?id=-dHtAQAAQBAJ&dq=semi-structured+interviews&hl=lv&source=gbs_navlinks_s
83. Riel, Cees, and Charles Fombrun. 2008. *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. London: Routledge.
84. Rozenvalds, Juris, un Aija Zobena. 2014. *Daudzveidīgās un mainīgās Latvijas identitātes*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
85. Ruler, Betteke, and Dejan Verčič. 2004. *Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation by Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.
86. Schultz, Majken, Mary Hatch, and Mogens Larsen. 2000. *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand*. Oxford: Oxford University Press.
87. Skudra, Ojārs. 2010. 8. lekcija. *Nāciju un valstu tēli. Starptautiskās sabiedriskās attiecības*. Lekciju materiāls. Rīga: Latvijas Universitāte.
88. Sporāne, Baiba. 2002. „Publiskās bibliotēkas misija informācijas sabiedrībā.” No *Bibliotēka un sabiedrība 3. Latvijas Universitātes Zinātniskie raksti. 646. sējums*, sast. Zina Eglīte, 56–71. Rīga: Latvijas Universitāte.
89. Sporāne, Baiba. 2005. „Bibliotēkas informacionālās telpas un lietotājvides.” No *Expanding Borders: Communities and Identities. Robežu paplašināšana: identitātes un kopienas. Starptautiskās konferences ziņojumi. Rīga, 2005. gada 9.–12. novembri*, sast. Žaneta Ozoliņa, 409–427. Rīga: Latvijas Universitāte
90. Stašāne, Lolita, un Marita Zitmane. 2012. „Latvijas mediju zīmoli un to identitāte.” No *Nacionālā identitāte: zīmolu un patērētāju identitātes*, sast. Lolita Stašāne un Marita Zitmane, 85–97. Rīga: LU SPPI.
91. Stets, Jan, and Peter Burke. 2000. „Identity Theory and Social Identity Theory.” *Social Psychology. 63 (3): 224–237*.

92. Sullivan, Thomas. 2001. *Methods of Social Research*. USA: Harcourt College Publishers.
93. Urban, Jiri. 2006. *Corporate Identity*. New York: Futuretro.
94. Veinberga, Sandra. 2004. *Publiskās attiecības: PR teorija un prakse*. Rīga: Zvaigzne ABC.
95. Vilks, Andris. 1991. *Enciklopēdiskā vārdnīca. 1. sējums*. Rīga: Latvijas Enciklopēdiju redakcija.
96. Vocabulary.com. 2015. „Image.” Skatīts 15.03.2015.
<http://www.vocabulary.com/dictionary/image>
97. Zilberts, Augusts. 2012. „Latvijas neatkarības atjaunošanas reprezentācija laikrakstā „Latvija Amerikā” (1990–1991)”. Bakalaura darbs, Komunikācijas studiju programma, Latvijas Universitāte.
98. Zobena, Aija. 2014. *Ad locum: Vieta, identitāte un rīcībspēja*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
100. Webster, Merriam. 1993. *Merriam Webster's Collegiate Dictionary. 10th ed.* USA: Merriam-Webster.

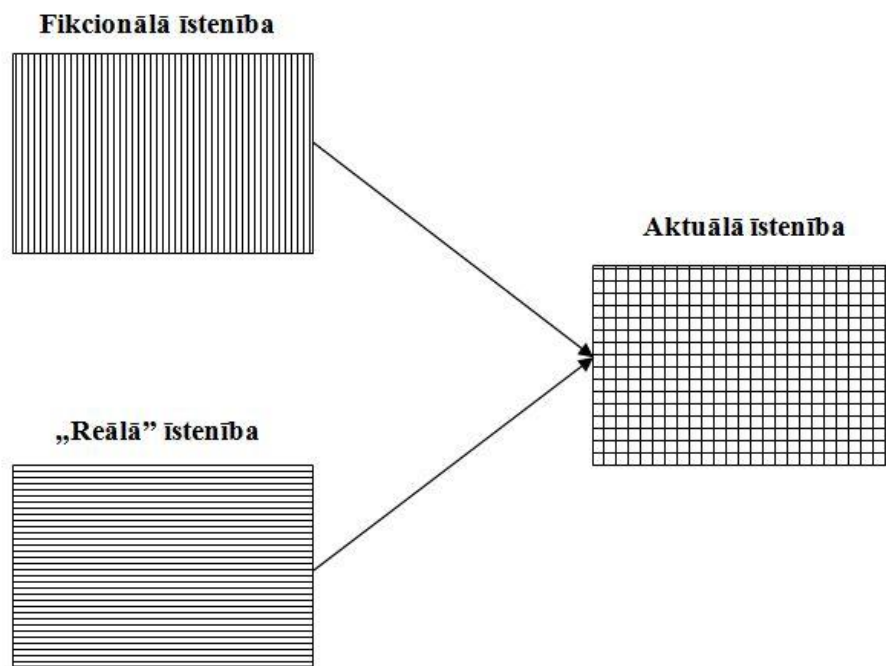
PIELIKUMI

Organizācijas tēlu veidošanās shēma

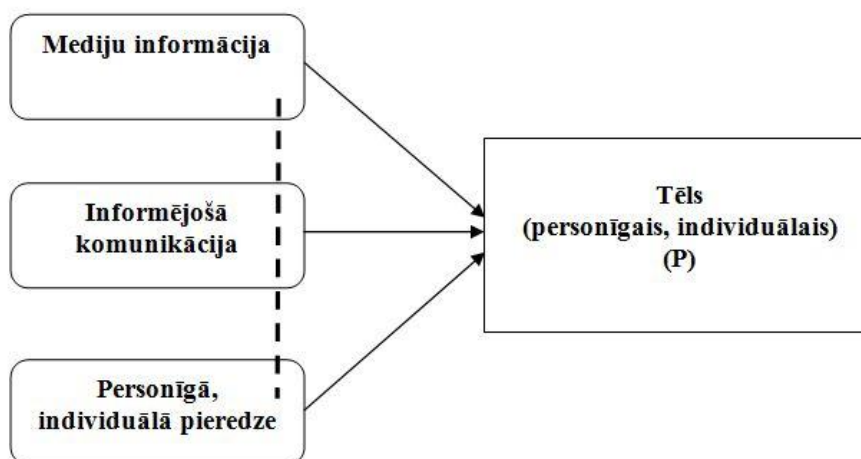


2.2.1. attēls. Tēli organizācijas vidē (Price, Gioia un Corley 2008, 177)

Klausa Mertena tēla teorijas vizuālie paskaidrojumi



2.3.1. attēls. Trīs mediju sabiedrības īstenību modelis (Ruler un Verčic 2004, 50)



2.3.2. attēls. Tēla atkarības no individuālās vai ārējās informācijas (Merten 1999, 249)

Aptaujas anketa par LPB identitāti

Aptauja par Latvijas publisko bibliotēku identitāti

Sveicināti!

Mans vārds ir Augusts Zilberts, esmu Latvijas Nacionālās bibliotēkas (LNB) sabiedrisko attiecību speciālists, vienlaikus – arī Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas studiju katedras students. Šobrīd izstrādāju maģistra darba pētījumu par Latvijas publisko bibliotēku identitāti jeb pašpozicionējumu. Lai uzzinātu publisko bibliotēku darbinieku viedokli par šīm organizācijām piemītošo identitāti, lūdzu Jūs veltīt dažas minūtes laika un sniegt atbalstu šīs anketas aizpildīšanā. Anketa sastāv no 15 jautājumiem, tai ir divas daļas. Anketa ir anonīma, iegūtie dati tiks izmantoti apkopotā veidā, nodrošinot Jūsu konfidencialitāti.

1. Lūdzu, brīvā veidā saviem vārdiem raksturojiet Latvijas publisko bibliotēku kā organizāciju (tās pamatvērtības, galvenie uzdevumi, misija):

2. Kuras, Jūsprāt, ir tās iezīmes, kas Latvijas publisko bibliotēku padara unikālu, atšķirīgu no citām bibliotēkām (Latvijā un/vai pasaulē)? (specifiskas vērtības, tradīcijas, pakalpojumi u.tml.)

3. Ar kuru no šiem apzīmējumiem šobrīd visprecīzāk varētu definēt Latvijas publisko bibliotēku? (iespējami vairāki atbilžu varianti)

- Vietējās kopienas izglītības un kultūras centrs
- Sociālā atbalsta institūcija
- Satikšanās vieta

- Latvijas Nacionālās bibliotēkas saistīta daļa
- Latvijas un pasaules literārā krājuma „krātuve”
- Cits

4. Vai kopš LNB jaunās ēkas – Gaismas pils – atklāšanas ir mainījusies publiskās bibliotēkas būtība (mērķi, vērtības, misija, funkcijas, iespējas, attieksme pret to)?

- Jā
- Nē

4.1. Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildējāt ar „Jā” – lūdzu, pamatojiet, kādas izmaiņas notikušas? Ja atbilde ir „Nē”, pārejiet pie nākamā jautājuma.

Lūdzu, izvēlieties un norādiet, cik lielā mērā piekrītat piedāvātajiem apgalvojumiem par Latvijas publisko bibliotēku, darbu šeit.

Apgalvojums pa kreisi (1 – piekrītu; 2 – daļēji piekrītu) | 3 – grūti pateikt | Apgalvojums pa labi (4 – daļēji piekrītu; 5 – piekrītu)

1 2 3 4 5

5. Būtisks ir rūpīgs darba process Būtisks ir rezultāts

1 2 3 4 5

6. Darbs ir konservatīvs Darbs ir izaicinājumiem bagāts

1 2 3 4 5

7. Darbā jāiegulda pūles Rezultāts un novērtējums attaisno pūles

	1	2	3	4	5	
8. Vadībai rūp Jūsu labklājība un problēmas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vadībai rūp sekmīgs darba rezultāts

	1	2	3	4	5	
9. Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti kolektīvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti slēgtā vadības lokā

	1	2	3	4	5	
10. Vadībai ir svarīga Jūsu izglītība	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vadībai ir svarīga Jūsu pieredze

	1	2	3	4	5	
11. Publiskā bibliotēka ir atvērta un pretimnākoša	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Publiskā bibliotēka ir noslēgta

	1	2	3	4	5	
12. Jaunie darbinieki tiek draudzīgi un ātri iekļauti kolektīvā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jaunajiem darbiniekiem uzticība ir jānopelna

	1	2	3	4	5	
13. Iekšējais klimats ir brīvs un nepiespiests	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Atmosfēra ir saspīlēta, pastāv cieša kontrole

	1	2	3	4	5	
14. Humors ir ierasta darba sastāvdaļa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jāievēro rakstītas un nerakstītas lietišķās etiķetes normas

	1	2	3	4	5	
15. Ikdienā jāievēro standarti, instrukcijas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Darbu var darīt brīvi, radoši, koncentrējoties uz rezultātu

Lūdzu, norādiet savu vecumu

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-62
- 63<

Darba stāžs bibliotēkā

Sirsnīgs paldies par atsaucību!

**Patiesā cieņā,
Augusts Zilberts**

Aptaujas anketa par LNB identitāti

Aptauja par Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitāti

Sveicināti!

Es, Jūsu kolēģis Augusts Zilberts un vienlaikus Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas studiju katedras students, šobrīd izstrādāju maģistra darba pētījumu par Latvijas Nacionālās bibliotēkas (LNB) identitāti jeb pašpozicionējumu. Lai uzzinātu LNB darbinieku viedokli par organizācijai piemītošo identitāti, lūdzu Jūs veltīt dažas minūtes laika un sniegt atbalstu šīs anketas aizpildīšanā. Anketa sastāv no 16 jautājumiem, tai ir divas daļas.

Anketa ir anonīma, iegūtie dati tiks izmantoti apkopotā veidā, nodrošinot Jūsu konfidencialitāti.

1. Lūdzu, brīvā veidā saviem vārdiem raksturojiet LNB kā organizāciju (tās pamatvērtības, galvenie uzdevumi, misija):

2. Kuras, Jūsaprāt, ir tās iezīmes, kas LNB padara unikālu, atšķirīgu no citām bibliotēkām (Latvijā un/vai pasaulē)? (specifiskas vērtības, tradīcijas, pakalpojumi u.tml.)

3. Ar kuru no šiem apzīmējumiem šobrīd visprecīzāk varētu definēt LNB? (iespējami vairāki atbilžu varianti)

- LNB – nacionālā literārā krājuma glabātāja
- Gaismas pils – valstiskās neatkarības un gudrības simbols
- Daudzfunkcionāls izglītības, kultūras, zinātnes, komunikācijas, norišu centrs
- Latvijas bibliotēku kompetences centrs

- Latvijas prezidentūras Eiropas Savienības Padomē centrālā norišu vieta
- Tūrisma apskates objekts
- Rīgas pilsētas vietzīme
- Satikšanās vieta
- Cits:

4. Vai kopš pārceļšanās uz jauno ēku – Gaismas pili – ir LNB būtība (mērķi, vērtības, misija, funkcijas, iespējas, attieksme pret to)?

Ja iepriekš šeit nestrādājāt, lūdzu, seciniet pēc kādiem ārējiem novērojumiem vai sajūtām.

- Jā
- Nē

4.1. Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildējāt ar „Jā” – lūdzu, pamatojiet, kādas izmaiņas notikušas? Ja atbilde ir „Nē”, pārejiet pie nākamā jautājuma.

Lūdzu, izvēlieties un norādiet, cik lielā mērā piekrītat piedāvātajiem apgalvojumiem par LNB, darbu šeit.

Apgalvojums pa kreisi (1 – piekrītu; 2 – daļēji piekrītu) | 3 – grūti pateikt | Apgalvojums pa labi (4 – daļēji piekrītu; 5 – piekrītu)

	1	2	3	4	5	
5. Būtisks ir rūpīgs darba process	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Būtisks ir rezultāts

	1	2	3	4	5	
6. Darbs ir konservatīvs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Darbs ir izaicinājumiem bagāts

	1	2	3	4	5	
7. Darbā jāiegulda pūles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rezultāts un novērtējums attaisno pūles

1 2 3 4 5

8. Vadībai rūp Jūsu labklājība un problēmas Vadībai rūp sekmīgs darba rezultāts

1 2 3 4 5

9. Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti kolektīvi Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti slēgtā vadības lokā

1 2 3 4 5

10. Vadībai ir svarīga Jūsu izglītība Vadībai ir svarīga Jūsu pieredze

1 2 3 4 5

11. LNB ir atvērta un pretimnākoša LN ir noslēgta

1 2 3 4 5

12. Jaunie darbinieki tiek draudzīgi un ātri iekļauti kolektīvā Jaunajiem darbiniekiem uzticība ir jānopelna

1 2 3 4 5

13. Iekšējais klimats ir brīvs un nepiespiests Atmosfēra ir saspīlēta, pastāv cieša kontrole

1 2 3 4 5

14. Humors ir ierasta darba sastāvdaļa Jāievēro rakstītas un nerakstītas lietišķās etiķetes normas

1 2 3 4 5

15. Sapulces norit brīvā formā Sapulces sākas ar minūtes precizitāti

1 2 3 4 5

16. Ikdienā jāievēro standarti, instrukcijas Darbu var darīt brīvi, radoši, koncentrējoties uz rezultātu

Lūdzu, norādiet savu vecumu

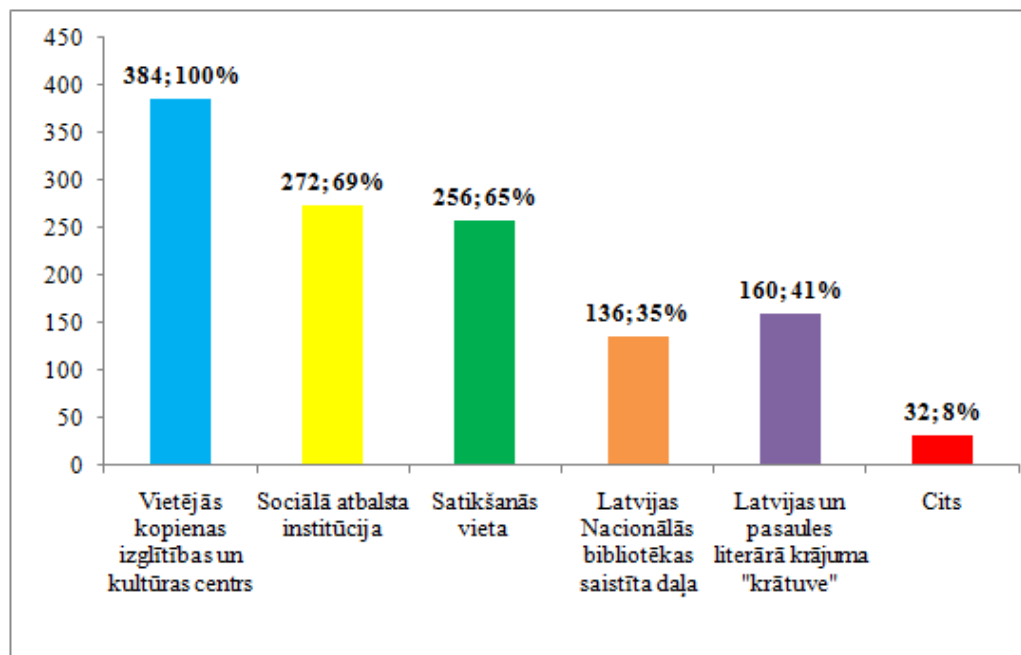
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-62
- 63<

Darba stāžs LNB

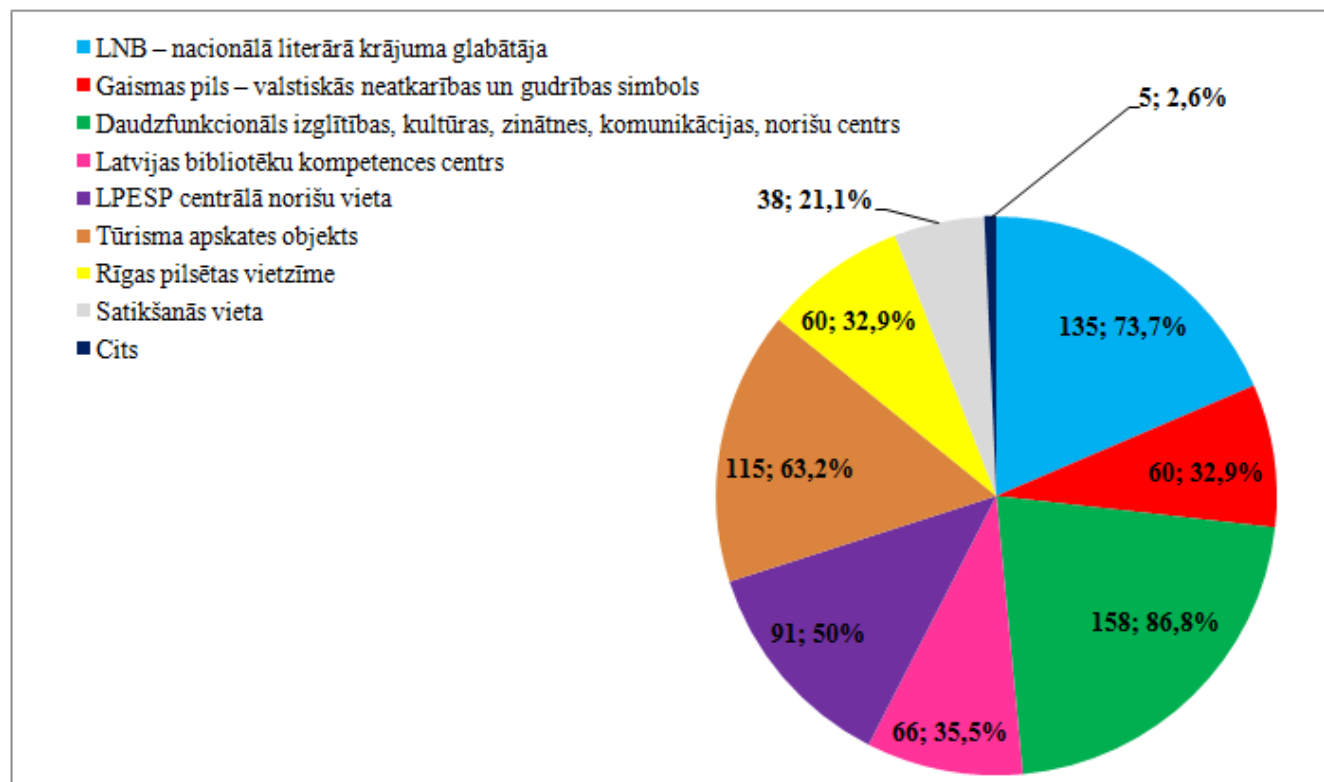
Sirsnīgs paldies par atsaucību!

**Patiesā cieņā,
Augusts Zilberts**

LPB un LNB identitāšu apzīmējumi



4.1.2.1. attēls. LPB darbinieku piešķirtie apzīmējumi LPB



4.2.2.1. attēls LNB darbinieku piešķirtie apzīmējumi LNB

LPB sešu identitātes dimensiju tabula

Sešas identitātes dimensijas (Hofstede un Hofstede 2005, 290–296):

7. orientācija uz procesu vai rezultātu;
8. orientācija uz darbinieku vai darbu;
9. lokāla (triviāla) vai profesionāla orientācija;
10. sistēmas atvērtība vai noslēgtība;
11. brīva vai cieša kontrole;
12. orientācija uz normatīvismu vai pragmatismu.

LPB ir:	Atbalsta koeficients dimensijas apgalvojumam	Pamatojums
1. Orientēta uz rezultātu	74%	Darbības un pieredzes lauku paplašinoši uzdevumi LPB tiek uztverti kā pozitīvs izaicinājums. Darbinieki uzskata, ka rezultāts un tā novērtējums attaisno ieguldītās pūles, jo „mēs bibliotēkās strādājam sabiedrības labā.” LPB personālam ir augsta izpratne par LPB misiju un uzdevumiem (iedzīvotāju nodrošināšana ar bibliotekārajiem un informācijas pakalpojumiem, novadpētniecības veikšana, radošu norišu rīkošana (tirdziņi, izstādes, koncerti, priekšlasījumi), tautas gara mantojuma saglabāšana, inteliģentas sabiedrības veidošana, kultūras kopšana un socializēšanās vietas nodrošināšana). Sasniedzamais rezultāts ir izglītota, informēta un kulturāla sabiedrība, un uz to LPB dažādiem paņēmieniem tiecas. Dž. Hofštedes un J. Hofštedes pētījums apliecina, ka uz rezultātu orientēta identitāte piemīt vienotām organizācijām ar spēcīgām darbības tradīcijām. Šo atziņu apstiprina fakts, ka LPB darbojas tīkla sistēmā, turklāt tās jau gadu desmitiem ir vietējo kopienu izglītības un saskarsmes centri.
2. Orientēta uz darbu	55%	Kaut arī LPB sevi pozicionē kā demokrātiskas institūcijas (tostarp pret darbiniekiem), iezīmējas tendence, ka 55% respondentu domā: centrālais ir paveikts darbs, nevis aprūpēts, ar labklājību nodrošināts personāls. Šī situācija iezīmējas faktā, ka „bibliotekārs misijas apziņas vārdā veic pašizliedzīgu darbu, bieži vien minimāliem resursiem un niecīgu atalgojumu.” Tikmēr 39% darbinieku uzskata, ka bibliotēkas tomēr orientējas uz darbinieku. 6% nav viedokļa. Apgalvojumu pāri „Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti kolektīvi” un „Nozīmīgi lēmumi tiek pieņemti slēgtā vadības lokā” 37% norāda uz pirmo variantu, bet 41% uz otro, savukārt 22% šajā jautājumā nav viedokļa.

3. Profesionāli orientēta	42% (31% nav viedokļa)	Trešā dimensija „Lokāli vai profesionāli orientēta organizācija” uzrāda, ka LPB vairumā gadījumu tiek uzskatītas par profesionāli orientētām jeb tādām, kur būtiskākas par iegūtās izglītības kvalitātēm ir darbinieku praktiskās, pieredzes ceļā gūtās zināšanas. Šo apgalvojumu apstiprina 42% personāla, 32% nav viedokļa, bet 26% norāda, ka būtiska ir izglītība.
4. Atvērta sistēma	76%	Ceturrtā dimensija pretnostata, vai bibliotēka ir atvērta vai noslēgta sistēma. Pārliecinošs vairākums (76%) atzīmē, ka LPB ir atsaucīga un pretimnākoša. Daudzkārt minēts, ka LPB ir „atvērtas visiem apmeklētājiem”, „Bibliotēka ir pagasta iedzīvotājiem atvērta un draudzīga iestāde”, tostarp šo identitātes dimensijas apgalvojumu pamato fakts, ka bibliotēkas ir socializācijas, integrācijas un komunikācijas centri. Turklāt 35% respondentu ir gados jauni cilvēki (vidējais vecums 30 gadi), kas nozīmē, ka viņi salīdzinoši nesen sākuši darbu LPB. Ja LPB ir atvērta sistēma, tad viņiem bijis nepieciešams relatīvi īss laiks, lai iejustos darbā. Tā apgalvojumu pāri „Jaunie darbinieki tiek ātri un draudzīgi iekļauti kolektīvā” un „Jaunajiem darbiniekiem uzticība ir jānopelna” uzskata 65% aptaujāto.
5. Brīvi, maz kontrolēta	64%	Piektā dimensija raksturo organizācijas koleģiālo klimatu jeb punktuālismu, kontroli. 64% respondentu atklāj, ka iekšējais darba vides klimats ir nepiespiests un brīvs, un šī identitātes iezīme sasaucas ar vispārējo LPB organizacionālās demokrātijas līmeni pret klientiem. Interesanti, ka, lai arī LPB ir uz darbu un rezultātu orientēta sistēma, tai raksturīgi brīvi sadzīves apstākļi, kur humors ir ierasta darba sastāvdaļa un nav strikti jāpieturas pie rakstītām un nerakstītām lietišķās etiķetes normām.
6. Normatīva	60%	Vienlaikus, kaut arī koleģiālais klimats ir brīvs, 60% darbinieku norāda, ka ikdienā, strādājot, jāievēro standarti un un dažādas instrukcijas. Normatīvās kultūrās tiek akcentēta dogmatiska ētikas, godīguma, dažādu noteiktu procedūru un normu ievērošana. Turpretī 29% aptaujāto uzskata, ka LPB darbība vairāk ir pragmatiska. Šī identitātes šķautne vairāk sasaucos ar LPB misiju. Proti, uzsvars ir uz klientu vajadzību apmierināšanu, nepievēršot striktu uzmanību organizācijas instrukciju ievērošanai. No citas puses raugoties, klientu vajadzības nevarētu apmierināt, ja netiktu ievērots noteiktu darbību mehānisms un kārtība, kas garantē kvalitāti.

LNB sešu identitātes dimensiju tabula

Sešas identitātes dimensijas (Hofstede un Hofstede 2005, 290–296):

1. orientācija uz procesu vai rezultātu;
2. orientācija uz darbinieku vai darbu;
3. lokāla (triviāla) vai profesionāla orientācija;
4. sistēmas atvērtība vai noslēgtība;
5. brīva vai cieša kontrole;
6. orientācija uz normatīvismu vai pragmatismu.

LNB ir:	Atbalsta koeficients dimensijas apgalvojumam	Pamatojums
1. Orientēta uz rezultātu	62%	62% darbinieku norāda: LNB piemīt uz darba rezultātu orientēta identitāte. Viņuprāt, darbs ir izaicinājumiem bagāts, un rezultāts un novērtējums par paveikto darbu attaisno ieguldītos „līdzekļus”, pūles. Personāls pauž, ka LNB uzdevums ir „veicināt radošu kultūras un zinātnes mantojuma izmantošanu, tādējādi atbalstot Latvijas valstisko izaugsmi.” Darbiniekus vada augsta, valstiski nozīmīga pienākuma apziņa un misija sasniegt rezultātu – izglītota un pilnīgu informāciju saņēmusi sabiedrība. Tas atspoguļojas arī faktā, kur kā LNB misija minēta „kultūras vērtību vākšana un sargāšana, lai tās būtu pieejamas vēl ilgi pēc mums.” Tiesa, tas nenozīmē, ka darbs ir vienkāršs, tas ir ļoti atbildīgs, un pūles ir jāiegulda – tā domā 37% respondentu. Šī identitātes šķautne arī apliecina, ka LNB ir homogēna un centralizēta organizācija. Iespējams, ja šī aptauja tiktu veikta vēl LNB vēsturisko namu „laikos”, rezultāti būtu pretēji, jo tobrīd lielāku uzmanību varēja veltīt procesam, taču tagad Gaismas pils „apjomi” un dinamiskais darba temps pieprasa momentānu rezultātu.
2. Orientēta uz darbu	70%	Kaut arī LNB sevi pozicionē kā demokrātisku institūciju (tostarp pret darbiniekiem), iezīmējas tendence, ka 70% respondentu domā: centrālais ir paveikts darbs, nevis aprūpēts, ar labklājību nodrošināts personāls. Turklāt nozīmīgākie lēmumi tiek pieņemti slēgtā vadības lokā. Vienlaikus darbinieku sniegtajās LNB definīcijās problēmas vai negatīvisms par darbu šādos apstākļos netiek pausts.
3. Profesionāli orientēta	37% (34% nav viedokļa)	Trešā dimensija „Lokāli vai profesionāli orientēta organizācija” uzrāda, ka LNB vairumā gadījumu tiek uzskatīta par profesionāli orientētu jeb tādu, kur būtiskākas par iegūtās izglītības kvalitātēm ir darbinieku praktiskās, pieredzes ceļā gūtās zināšanas. Šo apgalvojumu apstiprina 37% personāla, 34% nav viedokļa, bet 29% norāda, ka būtiska ir izglītība.

4. Atvērta sistēma	71%	Ceturta dimensija pretnostata, vai bibliotēka ir atvērta vai noslēgta sistēma. Pārliecinošs vairākums (71%) atzīmē, ka LNB ir atvērta un pretimnākoša: „LNB ir demokrātiska, jo šeit kā apmeklētāji, tā darbinieki var justies komfortabli, un abiem minētajiem tiek piedāvāta vide pašizaugsmi.” Nozīmīgi, ka 68% respondentu uzskata: jaunie darbinieki tiek draudzīgi un ātri iekļauti kolektīvā. Šo faktu apstiprina tas, ka saskaņā ar LNB Personāla nodaļas datiem, LNB „vidējā darbinieka” vecums šobrīd ir 35 gadi – jaunā ēka pieprasa ideju svaigumu un progresīvu domāšanu, lai pilnībā iedzīvinātu tās identitātes mūsdienīgo papildinājumu, tādēļ darbā tiek pieņemti daudz jaunu cilvēku. Šajā situācijā zīmīgi ir komentāri, ka „LNB kā darbavieta ir kļuvusi populāra jauniešiem” un „Šeit strādāt ir prestiži”.
5. Brīvi, maz kontrolēta	54%	Piektā identitātes dimensija raksturo organizācijas koleģiālo klimatu jeb punktuālismu, kontroli. 54% respondentu atklāj, ka iekšējais darba vides klimats ir nepiespiests un brīvs, un šī identitātes iezīme sasaucas ar vispārējo LNB organizacionālās demokrātijas līmeni pret klientiem. LNB raksturīgi brīvi sadzīves apstākļi, tomēr 33% respondentu ir grūti pateikt, vai organizācijā humors ir ierasta ikdienas dzīves sastāvdaļa vai arī tomēr jāievēro formāls darba stils, attieksme, strikti jāpieturas pie rakstītām un nerakstītām lietišķās etiķetes normām. Domājams, šie aspekti ir katra individuāla atbildība.
6. Normatīva	38%	38% darbinieku norāda, ka ikdienā, strādājot, jāievēro standarti un un dažādas instrukcijas. Normatīvās kultūrās tiek akcentēta dogmatiska ētikas, godīguma, dažādu noteiktu procedūru un normu ievērošana. Iespējams, šādā veidā kolektīvā tiek kultivēta profesionālā, starptautiskā darba kultūra. Turpretī 37% aptaujāto uzskata, ka LNB darbība vairāk ir pragmatiska. 25% respondentu uzskata, ka LNB iezīmē gan normatīvu, gan pragmatisku darba un identitātes stilu.

Daļēji strukturētā intervija ar LNB direktoru

- Intervija veikta 2015. gada 17. aprīlī, Rīgā.
- Saņemta mutiska A. Vilka atļauja veikt sarunas audio ierakstu, to drukātā veidā izmantot maģistra darbā.
- Iespējamās atsevišķas izmaiņas starp intervijas analīzi un transkriptu, jo tehnoloģisku problēmu dēļ transkripta pirmais variants 2015. gada 25. aprīlī tika dzēsts (iespējams, oriģinālversija tomēr pastāv autora datora sistēmā). Otrā versija ir konspektīvāka, taču autentiska. Teksta autentiskuma pārbaudei darba autors pēc pieprasījuma var iesniegt darba vadītājam, recenzentam vai maģistra darba aizstāvēšanas komisijai intervijas audio ierakstu.

1. **Kuri ir tie pamataspekti, vērtības vai prakses, kas Jūsu pārstāvēto bibliotēku definē un padara unikālu, atšķirīgu no citām?**

Manuprāt, nav korekti uzsvērt kādas fundamentālas atšķirības, jo bibliotēku sistēma darbojas vienotā tīklā, savstarpējā saistībā un ietekmē. Pat Kongresa bibliotēka Vašingtonā nevar darboties suverēni. Tā vērtība ir tīklošanā, tāpēc mēs nevaram ne uz vienu bibliotēku lūkoties atsevišķā griezumā. Spēks ir sistēmā un tīklā, nevis izteiktā individualitātē.

Es gribētu cerēt, ka Nacionālajā bibliotēkā viena no vērtībām ir demokrātijas tradīcija, kas iedzīvināta jau bibliotēkas pirmsākumos. Sākot ar to, ka tika pieņemtas anglo-amerikāņu bibliotēku darbības metodes, kas pretēji vāciskajām organizācijas tradīcijām ir daudz progresīvākas un demokrātiskākas. Vēlāk – 20., 30. gados šeit strādāja ļoti daudz brīvdomīgu cilvēku, sociāldemokrāti. 40., 50. gados – žurnālisti, augstskolu pasniedzēji, advokāti – tolaik pastāvošās varas neieredzēti cilvēki. Šis bija teju vienīgais viņu profesionālais patvērums. Savukārt, kad no 1959. gada līdz 1982. gadam LNB direktore bija Aina Deglava, viņa šeit pieņēma darbā visus nacionālkomunistu bērnus. Šī bija vienīgā lielā institūcija Rīgā, kur viss notika latviešu valodā. Turklāt, demokrātijas līmenis bibliotēkā bija pilnīgi nesalīdzināms ar Latvijas Zinātņu akadēmijā agrāk valdošo darba stilu, kur visi viens otram klanījās – pastāvēja baigais hierarhisms. Lūk, es runāju arī par personāla politiku. Manuprāt, būtiski, lai tik lielā iestādē kā Nacionālā bibliotēka visi viens otru droši sauktu vārdā. Būtiski, lai darbinieks varētu

atnākt izrunāties ar direktoru personīgi – lūdzu, durvis ir vaļā! Demokrātija un atvērtība ir arī pirmā vērtība bibliotēkas stratēģijā. Šī koncepta iedzīvināšana ir ļoti unikāla, manuprāt.

Tāpat no atšķirībām gribētu izcelt kompetenci – mācīšanos. Bibliotēkā ļoti daudz darbinieku kaut ko mācās, apgūst jaunas zināšanas, pilnveidojas. Tā ir šīs bibliotēkas identitātes sastāvdaļa, ko mēs pilnībā atbalstām. Nemītīgā vēlēšanās mācīties arī ir faktors, kas maina bibliotēkas vidi un identitāti atbilstoši tām izmaiņām, kas notiek ārpusē.

2. **Kādu, Jūsaprāt, lomu mūsdienu sabiedrībā ieņem bibliotēkas un kādām funkcijām, iespējām tām jāpiemīt?**

Bibliotēka ir vieta komunikācijai, kāda citā publiskā telpā nav iespējama. Mēs varam iedomāties, ka cilvēki satiekas, runājas, mācās, diskutē jebkur – piemēram, kafejnīcā vai muzejā. Bet bibliotēkā šīs darbības ir visorganiskāk integrētas organizācijas vidē – lasītavās, publiskajās telpās, šeit šīm darbībām ir atbilstošs konteksts, infrastruktūra, materiāli tehniskā bāze, atbalsts. Bibliotēkā komunikācija norit visdažādākajās kombinācijās – starp lasītājiem, starp lasītājiem un bibliotēkas darbiniekiem, starp studentiem un profesoriem, skolēniem un skolotājiem. Un noteikti jāmin vēl viena fundamentāla bibliotēkas būtības iezīme – tā ir starpnieks starp informāciju un zināšanām. Informācija ir dublējama, zināšanas ne. Informācija ir pārvietojama, zināšanas ir domāšana. Respektīvi, bibliotēkas ir niša starp objektīvi eksistējošu informāciju un zināšanām cilvēku prātos. Mēs (bibliotēkas) piedalāmies pārmijas procesā. No mums ir atkarīgs tas, kā eksistējoša informācija tiks izmantota cilvēku galvās.

3. **Vai bibliotēkas būtu definējamas kā sociāli atbildīgas institūcijas? Ja jā, tad kāpēc?**

Manā skatījumā jā, jo, kam tad tās ir vairāk vajadzīgas – piedošanu, bet triviāli runājot, oligarhiem vai tautai? Īpaši sociālās atbildības aspekts iezīmējas publisko bibliotēku kontekstā, jo tās ir izglītības, karjeras, vaļasprieku, jaunu zināšanu sākumpunkts. Šīs fundamentālas dzīves sastāvdaļas sevišķi svarīgas ir reģionos. Bibliotēka vietējās kopienās ir fenomens gan kultūras, gan sociālajam (saskarsmes) procesam. Tās palīdz ar zināšanu apguvi, veicina sadarbību, nodrošinot atbilstošu vidi, veicina radošās sinerģijas un pasākumus, no kuriem apmeklētāji intelektuāli un emocionāli bagātinās. Gluži organiski no iepriekšminētā izriet sociālās atbildības aspekts. Protams, publiskajām bibliotēkām ir konkrēti pamatuzdevumi (nacionālā krājuma saglabāšana un tā pieejamības nodrošināšana), taču atbalsta un atbildības faktors ir ļoti liels, pat primārs.

- 4. Bibliotēkas arvien vairāk sevi pozicionē kā sabiedrības zināšanu un vietējo kopienu saskarsmes, pašiniciatīvas un kultūras centrus, piedāvājot arī daudzpusīgu pasākumu (izstāžu, koncertu, lekciju) programmu un aktivitātes. Tāpat iezīmējas bibliotēkas kā studiju, satikšanās, atpūtas un tūrisma vietas aspekti. Vai kultūras centra izpratne ir kļuvusi par jaunu un pilnasinīgu bibliotēku būtības sastāvdaļu?**

Kultūras centra aspekts par neatņemamu identitātes daļu vēl tikai top, jo reāli mēs to izjūtam tikai dažus mēnešus – kopš ir atvērta jaunā ēka. To varētu definēt kā identitātes pilnveides mērķi. Novērojams, ka darbinieku un sabiedrības vidū dominē dalītas jūtas – daļai cilvēku nav skaidra likumsakarība un organiskā bibliotēkas tradicionālās šķautnes līdzāspastāvēšana ar jauno, kas ietver kultūras un mācību procesus, pētniecību, norises. Labs piemērs šīs situācijas izskaidrošanai ir 12 izstāžu cikls „Patība. Latvijas laikmetīgās mākslas vēsture”. Mēs eksponējam mākslas darbus, taču vienlaikus tiek eksponēts arī informācijas lauks, kas ap konkrēto mākslinieku pastāv. Blakus izstādei tiek izvietoti izdevumi par mākslu, tepat ir Mākslas lasītava ar papildus informāciju par māksliniekiem vai žanriem. Respektīvi, māksla tiek pasniegta kontekstā ar bibliotēkas tradicionālo vidi. Vēl viens piemērs – ja bibliotēkā glabājas notis un ir pieejama koncertzāle, tad kultūras procesu (koncertu) iespējams organizēt bibliotēkā, izmantojot un popularizējot arī tās krājumu. Bibliotēka vairs nav tikai bibliotēka no viena gala līdz otram, tā ir procesa sastāvdaļa, mēs to procesu ienesam iekšā. Līdz ar to esam divkārtīgi ieguvēji – atspoguļojam pilnībā kultūras procesu, un nepazūd arī bibliotēka.

- 5. Vai iepriekšminētā situācija nedeformē sabiedrības izpratni par bibliotēkām? Tomēr to galvenais uzdevums ir literārā mantojuma saglabāšana un pieejamības nodrošināšana, kā arī atbalsts izglītībā.**

Protams, piekrtu par galveno uzdevumu, taču, lūdzu, ņemiet vērā, ka identitāte netiek mainīta, tā pilnveidojas, papildinās. Manuprāt, ir pozitīvi, ja asociācijas ar šīm institūcijām iegūst plašāku kontekstu un sabiedrība izprot, cik daudzveidīgos veidos šeit var izzināt, intelektuāli bagātināties.

- 6. Vai tēli, ko bibliotēkām piešķir indivīdi, var norādīt uz nepieciešamām izmaiņām bibliotēku stratēģiskajā identitātes pozicionējumā?**

Jā, mēs jau šīs izmaiņas esam veikuši. Cilvēki nāk uz bibliotēku, viņiem patīk koncerts vai izstāde, viņi bibliotēkai sāk piešķirt citas pozitīvas nozīmes. Mūsu stratēģijas pirmajā sadaļā ir minēts, ka jāveicina apmeklētāju pozitīvā pieredze, kas iegūta bibliotēkā kā kultūras, izglītības,

zināšanu centrā. No stratēģijas izrietoši soļi ir tādi, ka mēs pārveidojam bibliotēkas iekšējo struktūru

7. **Kāds ir Jūsu viedoklis par to, vai bibliotēkas identitātei (būtībai) jāpaliek nemainīgai vai tomēr institūcijai jāpārskata savas darbības, pozicionējums, piedāvājums un jāpārveido identitāte atbilstoši pārmaiņām un pieprasījumam? Kāpēc?**

Ārējo auditoriju pieprasījums pēc kaut kā jauna atspoguļo sabiedrības un pasaules attīstību. Arī bibliotēka ir sabiedrības sastāvdaļa, tāpēc gluži loģiski – mēs maināmies jebkurā gadījumā. Protams, cenšamies sekot līdz ieteikumiem par kādiem konkrētiem jauninājumiem, iespējām, konkrēta satura paušanu caur izstādēm vai citām formām, sekojam līdz tendencēm citās sabiedrības un valstīs. Ja mēs maināmies, tad globāli, nevis lokāli, un pārmaiņu iniciators ir globālais konteksts, nevis atsevišķi indivīdi. Bibliotēkai tomēr jābūt stingrai nostājai un izpratnei par savu būtību un misiju. Citkārt mēs pārrakstītu stratēģiju katru dienu – tomēr mugurkaulam un skaidrībai par pamatiem jābūt. Pirmkārt, bibliotēka ir bibliotēka, un mums ir tā priekšrocība to zināt vislabāk.

8. **Vai, Jūsaprāt, bibliotēkas identitātei būtu jāsakān ar darbinieku personīgajām identitātēm?**

Šo jautājumu var skatīt gan no abām pusēm. Šeit strādājošo cilvēku vērtību sistēmā ļoti dominē entuziasms. Atvainojos par trivializēšanu, bet tādi, kuri te strādā algas dēļ, ir krietnā mazākumā. Tas nozīmē, ka katra darbinieka vērtību sistēmā ir kāda augstāka lieta, iemesls, motivējošs faktors, kas mijiedarbojas ar bibliotēkas pamatvērtībām. Līdz ar to varam runāt par identitāšu saskaņu. Emocionālie aspekti attiecībā pret bibliotēku ir samērā augstā līmenī. Es negribu to attieksmi idealizēt, bet cilvēku vidējā temperatūra pret darbu ir stipri virs vidējā.

9. **Kāda loma bibliotēkas identitātes veidošanā un paušanā ir ārējiem vizuālās izteiksmes līdzekļiem (piemēram, logotipi, krāsu kodi, formastērpi, ēku dizains, suvenīru līnija)?**

Jūs runājat par korporatīvo tēlu – tas ir ļoti svarīgs, jo pieradina pie institūcijas atpazīšanas pēc noteiktiem kritērijiem, kas savukārt ļauj būt redzamiem, atpazīstamiem starp daudzām citām institūcijām. Jo tēls ir konsekventāks, jo tas labāk iedarbojas uz cilvēku maņām, piemēram, redzi, redzes atmiņu. Mēs esam asociatīvi ar to saistīti. Ja šie kairinājumi saistās ar pozitīvām sajūtām, tad korporatīvā tēla atgādinājums vienmēr izraisīs pozitīvas emocijas, aicinās, uzrunās.

Teiksim, es pēc burtu garnitūras, „fonta” jeb šrifta varu noteikt, ka konkrētie teksti pieder Ņujorkas publiskajai bibliotēkai vai Zviedrijas Karaliskajai bibliotēkai. Man pat nevajag redzēt šo institūciju logo. Es zinu, kādi burti konsekventi tiek lietoti Britu bibliotēkā. Tās ir ļoti būtiskas nianšes. Arī mums burtiem ir savs fonts. Tas jau ir tāds kā triks – šis fonts izceļ atpazīstamību, jo acs ar laiku to prot atšķirt, un mēs netieši cilvēkus viņu apziņā un zemapziņā programmējam, pieradinām pie bibliotēkas. Korporatīvajam tēlam jābūt tik rūpīgi izstrādātam un savstarpēji vienotam, saistītam, ka pēc viena elementa bibliotēka būtu uzreiz atpazīstama.

Korporatīvais dizains – tā ir liela māksla. Gaismas pilī, piemēram, ir ļoti strikti nosacījumi attiecībā uz telpaugiem. Šis nevar būt kaut kāds puķu dārzs. Šeit ir jābūt augiem, kas nosaka bibliotēkas oficiālo, bet vienlaikus demokrātisko nostāju. Piemēram, līdakas aste ir augs, kas dod kādu vēstījumu. Tā ir vesela signālu sistēma – kā cilvēks uztver institūciju no augiem un to izvietojuma. Līdakas astes simbolizē zaļumu, veselību, attīstību (ziedošas), tās ir augšupvērstas (progress).

Tikko ir izgatavota Nacionālās bibliotēkas suvenīru līnija – to vieno noteikts „rokraksts”, simboli. Tas pats attiecas uz ēkas jēgpilno dizainu, par ko mums jāpateicas Gunāram Birkertam. Arī ar šiem elementiem varam paust savas vērtības, misiju.

Daļēji strukturētā intervija ar SNB direktoru

- Intervija veikta 2014. gada 17. aprīlī, vienlaicīgi Rīgā un Helsinkos, izmantojot „Skype” video zvana funkciju.
- Saņemta mutiska K. Ekholma atļauja veikt sarunas audio ierakstu, to drukātā veidā izmantot maģistra darbā.

1. Kā Jūs brīvi raksturotu vai definētu Somijas Nacionālo bibliotēku?

Iesākumā sniegšu nelielu salīdzinājumu un ieskatu vēsturē. Senāk, teiksim, apmēram pirms 250 gadiem, bibliotēkas bija pieejamas tikai augstākās elites, aristokrātu pārstāvjiem, savukārt citiem – teju nesasniedzamas. Iemesls – bibliotēkās glabājās ļoti retas un dārgas grāmatas, un izglītība vispār bija dārga. Raugoties uz vēlāku laiku, uz 20. gadsimtu, mēs jau varam runāt par izglītības pieejamības un iespēju demokratizāciju, un nacionālās bibliotēkas sāka izpausties kā zināšanu un izglītības „aprūpētāji” (*care-takers*). Līdz ar to nebija nekādas vajadzības reklamēt vai deklarēt to misiju.

Protams, 21. gadsimtā mēs šeit, pirmkārt, esam klientu dēļ. Viņi domā, ka mēs esam šeit grāmatu dēļ, bet tā ir nepieredzējušu iesācēju domāšana. Piemēram, ja jūs tirgojat automašīnas, jūs taču nesakāt, ka jūsu misija ir tirgot mašīnas. Jūsu misija ir klienti, viņu apmierinātībā, kā arī – jūsu peļņa!

Ja neminam pamatuzdevumu – nacionālā krājuma saglabāšanu, tad varam teikt, ka mūsdienās Somijas Nacionālā bibliotēka ir uz nepārtrauktu attīstību (galvenokārt digitālu) orientēta izglītības atbalsta un kompetences institūcija, kuras misija ir sniegt klientiem pēc iespējas daudzveidīgākus, vērtīgākus, saturīgākus informācijas un kultūras pakalpojumus.

2. Kuri ir tie pamataspekti, vērtības vai prakses, kas Jūsu pārstāvēto bibliotēku padara unikālu, atšķirīgu no citām?

Pirmkārt, tā ir vēsture – gan attīstības, gan tradīciju, gan ļoti ievērojamu vēsturisko kolekciju ziņā. Otrkārt, būtiska nozīme ir personālam. Proti, puse darbinieku (aptuveni 50) pēc izglītības ir bibliotekāri, bet otra puse – programmētāji, juristi, komunikācijas nozares pārstāvji. Tie ir cilvēki, kuri bibliotēku var atspoguļot citās šķautnēs. Treškārt, mums ir ļoti kompetenta vidējā līmeņa

vadītāju komanda. Kad es kļuva par bibliotēkas direktoru, sapratu, ka visiem ir jāprot vadīt, visiem jābūt pārliecinātiem un ambicioziem, aizrautīgiem, uz mācīšanos un pārmaiņām vēršiem. Šo ideju centāties īstenot caur apmācībām, kursiem, diskusijām. Ceturtkārt, Somijas Nacionālā bibliotēka ir uz sadarbību ar citām institūcijām vērsta. Piektkārt, šeit strādā vizionāri – personas, kuras nebaidās riskēt, radīt, izmēģināt jaunas darbības formas, iedvesmot. Piektkārt, uzskatu, ka direktoram jābūt „ar vienu kāju bibliotēkā, ar otru – ārpus tās”. Respektīvi, paralēli bibliotēkas vadīšanai man jābūt sociāli aktīvam un pamanāmam – jāsniedz prezentācijas skolās, universitātēs, uzņēmumos, jāpiedalās diskusijās, sociālos pasākumos. Man jābūt bibliotēkas evaņģēlistam, kurš augstākstāvošā (bibliotēkas) dēļ „ziedo sevi iekšēji un ārēji”.

3. **Kādu, Jūsaprāt, lomu mūsdienu sabiedrībā ieņem un kādām funkcijām, iespējām jāpiemīt bibliotēkām?**

Ja jūs paraugāties uz tādiem uzņēmumiem kā „Google”, „Apple”, „Ebay”, „Facebook”, „Amazon”, saprotams, ka tie „pārvalda” pasauli. Šīs kompānijas rada pavisam inovatīvus informācijas ieguves un patērēšanas noteikumus. Piemēram, „Amazon” šobrīd aizdod grāmatas. Rezultātā, komercuzņēmumi ienāk mūsu teritorijā. Manuprāt, mēs esam bijuši pārāk pieklājīgi un neagresīvi. Mums jābūt noteiktākam viedoklim digitālajā tirgū, jo arī bibliotēkas ir digitālo klientu „aprūpētāji”. Es domāju, ka bibliotēkām vairāk jāattīsta biznesa attieksme un domāšana – jārod veidi, kā „iespiesties” digitālajā tirgū, kā būt klientu digitālo vēlmju aprūpētājiem. Kāpēc mēs nevarētu sniegt pakalpojumus tik mūsdienīgā un ilgtspējīgā veidā kā iepriekšminētie uzņēmumi? Bibliotēkām ir jābūt visur. Tām vajadzētu aizmirst par fiziskajām sienām. Bibliotēkām jāpastāv arī internetā, tām jābūt ar tevi, kad tu esi mājās. Teiksim, „Amazon” zina jūsu identitāti, viņi zina, kas jums patīk, ko jūs parasti meklējat, vietne zina, ko jums piedāvāt, balstoties uz jūsu iepriekšējo meklējumu vēsturi, personas datiem. Mēs klientus tik labi nepazīstam. Tādējādi bibliotēkas zināšanas krājums netiek pilnībā ekspluatēts. Ne tikai Somijā, bet arī citviet pasaulē bibliotēkām būtu jāpārskata darbības stratēģiju aspekti par mērķauditorijām un to interešu noteikšanu, pildīšanu. Ja to var paveikt digitāli – tas ir izcili!

Iztēlojieties Maskavas metro – lai nokļūtu no ielas līdz peronam, jābrauc ar ļoti garu eskalatoru. Tik garu, ka tajā trīs reizes var pārdomāt visu savu dzīvi. Taču pie eskalatora ir iespējams pieslēgt savu mobilo telefonu vai planšetdatoru un pa ceļam lasīt digitalizētus Tolstoja darbus „pa taisno” no bibliotēkas tīkla. Lūk, tādu es redzu mūsdienu bibliotēku – tā pielāgojas laikmetam, vienlaikus

saglabājot pamatbūtības aspektus un funkcijas. Vai tāda ir Somijas Nacionālā bibliotēka? Mēs cenšamies. Kad 2016. gada 1. janvārī pēc renovācijas durvis vērš bibliotēkas otra ēka, mēs piedāvāsim lasītājiem jaunas koncepcijas pakalpojumus. Vairumā gadījumā lasītāji sevi apkalpos paši – bibliotēka būs kā „zviēdru galds”. Neizpaliks arī iespēja veikt izdevumu vai telpu rezervācijas attālināti. Tas ir kā labākajās viesnīcās – tu vari pasūtīt brokastis uzreiz pēc dušas. Pētniekiem laiks ir ļoti svarīgs. Mums jāciēna klienti, viņiem visu vajag pasūtīt iepriekš vai iegūt digitāli, tajā pašā laikā piedāvājumam jābūt arī „uz vietas” – bibliotēkā.

Bibliotēkām viss jāpārstrukturizē no sabiedrības skatupunkta. Mums šeit ir aptuveni 10 miljoni krājuma vienību, taču cilvēki uz bibliotēkām nāk arvien mazāk un mazāk. Ko tas mums stāsta? To, ka viņi vairāk un vairāk darbojas internetā. Arī bibliotēkai tur jābūt! Digitālā identitāte ir ļoti svarīga – bibliotēkām jābūt uz iedzīvotāju brokastu galdiem. Ko jūs darāt brokastīs? Tieši tā, pārskatās savus sociālo tīklu profilus. Ja jūsu „šeit un tagad” nav sociālajos tīklos, jūs nepastāvat. Mūsdienu cilvēkam nav laika gaidīt, plānot, mums jāiedzīvina tagadnes aspekts (*presentism*) jeb klātbūtne cilvēku dzīvēs.

4. **Vai, Jūsprāt, bibliotēkām būtu jāvadās tikai pēc dokumentos idealizētajām vadlīnijām, vai arī institūcijai jābūt neatkarīgam organismam, kas spēj darbībā iedzīvināt tās vadībai un darbiniekiem praktiski un morāli saprotamas un simpatizējošas nozīmes, vērtības un reāli izpildāmus mērķus?**

Normatīvajai bāzei ir jābūt ļoti stingrai, jo valsts mums ir piešķīrusi unikālas un fundamentālas tiesības kolekcionēt, digitalizēt, sniegt pakalpojumus. Tiesa, tie ir tikai pamati. Tu nevari pastāvēt, ja tev nav vīzija par to, ko vajag cilvēkiem, nav izpratne par tirgu. Valdība nevar noteikt, paredzēt un koordinēt visu. Mums jābūt vizionāriem, kuri rada bibliotēkas reliģiju, mārketinga un attīstības stratēģijas, īsteno tās dzīvē.

5. **Izpētot „Latvijas Nacionālās bibliotēkas likumu”, secināju, ka Nacionālā bibliotēka ir nacionālā krājuma veidotāja, augstvērtīgu bibliogrāfisko pakalpojumu un kvalitatīvas informācijas sniedzēja, bibliotēku nozares līderis, kultūras, zinātnes, izglītības, izdevējdarbības atbalstītāja un attīstītāja, un galvenais valsts informācijas „pārvaldnieks”. Vai šādas pazīmes un funkcijas bibliotēkām piemīt arī Somijā?**

Pilnībā, tā ir bāze! Taču nevajadzētu izlaist arī ekspansijas jautājumu, proti, ka bibliotēkas ir arī digitālo pakalpojumu sniedzējas. Mēs apgūstam jaunus paradumus, auditorijas, tehnoloģijas. Identitāte tiek būvēta arī digitālajā vidē – piemēram, caur sociālajiem tīkliem.

6. Bibliotēkas arvien vairāk sevi pozicionē kā sabiedrības zināšanu un vietējo kopienu saskarsmes, pašiniciatīvas un kultūras centrus, piedāvājot arī daudzpusīgu pasākumu (izstāžu, koncertu, lekciju) programmu un aktivitātes. Vai šī ir kļuvusi par jaunu un pilnasinīgu bibliotēku būtības sastāvdaļu?

Jā, šīs „jaunā laikmeta” tendences nav svešas arī Somijā. Kā minēju iepriekš, mums jāpielāgojas laikmetam un pieprasījumam. Sabiedrība no bibliotēkas gaida daudz – gan krājumu, gan diskusijas, gan koncertus, gan izstādes. Taču arī šīs ir izzināšanas formas, turklāt – tie ir jauni kanāli, kā iepazīstināt apmeklētājus ar bibliotēkas krājumu. Tas (krājums) ir uzticams un kvalitatīvs, un klienti novērtē pārbaudītas vērtības. Ja mums ir iespējas (telpas, komanda) un saturs (krājums, idejas), kāpēc šādā veidā neuzrunāt un nepiesaistīt jau esošas un jaunas auditorijas? Bibliotēkām jāatbalsta cilvēki, kad viņi komunicē, grib mācīties, pulcēties, uzzināt, gūt emocijas. Nekur citur nav pieejamas tik daudzveidīgas izzināšanas iespējas, ir jāizmanto, ka varam būt līderi. Mēs esam sociāli atbildīgi. Sabiedrības, kultūras un zināšanu centra pozicionējums ir unikāls, tas ir ilgtspējīgs. Es domāju, ka mums jāturpina sevi paust šādā veidā. Protams, neaizmirstot par digitālajām iespējām.

7. Kā Jūs domājat, vai bibliotēkas būtu definējamas kā sociāli atbildīgas institūcijas? Kāpēc?

Šis ir ļoti labs jautājums! Līdzīgi kā minēju iepriekš – mēs atbalstām personas privāto dzīvi, piemēram, piedāvājot zināšanas un grāmatas skolēniem, studentiem, pētniekiem, atbalstām zināšanu apguvi. Grāmatu kolekciju veidošana vairāku desmitu, pat simtu gadu garumā nenotiek tikai prieka pēc. Bibliotēka misija ir rūpēties par sabiedrības, par paaudžu (arī nākamo) zināšanām. Turklāt mēs veidojam nacionālo mantojumu un piedāvājam to ikvienam.

8. Vai ir svarīgi uzsvērt to, ka glabājat nacionālo mantojumu – bagātības? Kā attieksmi tas ietekmē – darbinieku, apmeklētāju?

Bibliotēkas ir kā sporta zāles. Ienākot bibliotēkā, tu jūties motivēts, jūti, ka „gaisā virmo” progress. Cilvēki sajūt zināšanas, viņi sajūt vērtības, dārgumus. Mums jāpanāk, ka klienti stāsta citiem, kā viņi iegūst dārgumus, kā tajos „rokas”. Šī iemesla dēļ mūsu mājaslapā apmeklētājiem ir iespēja blogot par mūsu krājumiem – par to, ko tajos var atrast.

Strādāt nacionālajā bibliotēkā, muzejā, galerijā – tas ir prestiži, jo, pirmkārt, tu pārstāvi valsti, tās atmiņu, nacionālo identitāti. Otrkārt, šīs institūcijas rūpējas par nācijas kultūras pamatiem. Es nezinu, vai darbinieki ikdienā nemitīgi domā par to, ka pārcilā trīssimt gadus vecas, retas grāmatas, taču domāju, ka viņi jūt savu lomu valsts „pamatu” aprūpē. Šāda iespēja netiek dota kuram katram, un tas motivē strādāt kvalitatīvi un rūpīgi.

9. Vai, Jūsaprāt, bibliotēkas identitātei jābūt saskaņā, mijiedarbībā ar darbinieku identitātēm?

Pilnībā tas diez vai ir iespējams, taču bibliotēkas vērtību sistēmai jābūt tik morāli un praktiski simpātiskai, saprotamai, lai darbinieki to absorbētu un pieņemtu kā savu, kā daļu no sevis. Iepriekš runājām par nacionālajiem dārgumiem, par darbu nacionālajā institūcijā. Domāju, ka šī apziņa vai „zīmogs” ir iespiedies darbinieku identitātēs.

10. Kāda loma bibliotēkas identitātes veidošanā un paušanā ir ārējiem vizuālās izteiksmes līdzekļiem (piemēram, logotipi, krāsu kodi, formastērpi, ēku dizains, suvenīru līnija)?

Ļoti liela loma! Bibliotēkai publiskajā telpā jārada asociācijas, kas mudina uz šejieni nākt, izmantot pakalpojumus, izmantot patīkamo darba vidi. Runa nevar būt tikai par grāmatām. Ja ieraugāt auto reklāmu – viņi nerunā par dzelziem vai motoriem. Viņi runā par emocijām, par kaislībām, sajūtām. Mums jābūt vairāk tendētiem uz bibliotēkas radītajām sajūtām, sajūtām, ko rada krājums. Un to var īstenot caur dažādiem simboliem, kodiem, saukļiem, vizuāli pievilcīgiem attēliem, sabiedrisko attiecību runas personām. Es teiktu – mums ir jāveido bibliotēkas reliģija, kura rada spilgtas emocijas, asociācijas.

Paralēli, tēlu taču var veidot arī caur personālijām vai ārējo komunikāciju. Bibliotēku direktoriem un darbiniekiem ir jāiet uz rīta televīzijas vai radio pārraidēm, jātiekas ar medijiem. Mums jārada mazs bibliotēkas mēstuļu „uzbrukums” jeb *spams*, visu laiku par sevi jāatgādina. Es reizēm jūtos kā bibliotēkas producents. Vienlaikus liela nozīme ir „brandingam” – jums Latvijā ir lielisks „brends” jeb zīmols – Gaismas pils. Bibliotēkām jābūt ļoti personiskās attiecībās ar iedzīvotājiem.

Daļēji strukturētā intervija ar INB direktoru

- Intervija veikta 2014. gada 17. aprīlī, vienlaicīgi Rīgā un Tallinā, izmantojot „Skype” video zvana funkciju.
- Saņemta mutiska R. Rūsalepa atļauja veikt sarunas audio ierakstu, to drukātā veidā izmantot maģistra darbā.

1. Kā Jūs brīvi raksturotu vai definētu Igaunijas Nacionālo bibliotēku?

Nacionālo bibliotēku darbība balstās uz konkrētiem sociāliem konstruktiem, kas, pirmkārt, saistīti ar nacionālo identitāti. Mūsu (Igaunijas un Latvijas) bibliotēkas ir teju 100 gadu vecas, un ir praktiska nepieciešamība saglabāt nacionālo mantojumu – tas ir otrkārt. Taču definīcija noteikti ir krietni plašāka, nebūtu korekti teikt, ka Nacionālā bibliotēka ir valsts līmeņa krātuve „kaut kādam” mantojumam. Vēl, piemēram, citas bibliotēkas gribētu redzēt Nacionālo bibliotēku kā „garīgo līderi” – profesionālos nozares standartus veidojošu organismu. Tātad tas ir atbalsts mazajām (reģionu, publiskajām, izglītības iestāžu) bibliotēkām. Ja neviens nezina, ko darīt, tad mums gan ir jāzina. Turklāt – tā nav Nacionālā bibliotēka tikai sabiedrībā, bet arī starp citām nacionālajām bibliotēkām un nacionālajām atmiņas institūcijām – galerijām, muzejiem. Mēs Igaunijā veidojam tādu kā sadarbības klubu starp citām nacionālajām institūcijām.

Laikmetā, kad visas atmiņas institūcijas sacenšas ar „Google”, prātīgāk ir strādāt kopā, nekā būt neatkarīgiem un sacensties, konkurēt ar, piemēram, arhīviem. Manuprāt, labāk ir „salikt pūles kopā”, lai strādāt vienotas vīzijas vārdā, raugoties, kādu iespaidu tas atstāj uz digitālo kultūru. Ja strādājam plecu pie pleca, varam veicināt politiķus pieņemt konkrētas bibliotēku vai citu institūciju darbības vīzijas.

Tātad Igaunijas Nacionālā bibliotēka ir bibliotēka cilvēkiem, tā ir krājuma glabātuve, tā ir citu bibliotēku standartu noteicēja un nozīmīgs „spēlētājs” starp citām atmiņas institūcijām.

2. Kuri ir tie pamataspekti, vērtības vai prakses, kas Jūsu pārstāvēto bibliotēku padara unikālu, atšķirīgu no citām?

Igaunijā ir viena nacionālā un četras lielas akadēmiskās bibliotēkas, kā arī aptuveni 500 publiskās, reģionu bibliotēkas. Nacionālā ir unikāla, jo tai ir savs normatīvais akts, tā ir galvenā krājuma glabātāja valstī, piedāvā daudz pakalpojumu, atbalsta publiskās bibliotēkas. Mēs esam arī parlamentārā bibliotēka, apkalpojām valdību. Tā nav ļoti izplatīta prakse pasaulē. Citkārt arī mēs esam akadēmiskā bibliotēka, kas atvērta jebkuram interesentam.

3. Kādu, Jūsaprāt, lomu mūsdienu sabiedrībā ieņem un kādām funkcijām, iespējām jāpiemīt bibliotēkām?

Cilvēki, kuri strādā atmiņas institūcijās, galvenokārt ir dalāmi divās daļās. Vieni uzskata, ka bibliotēka sevi nosaka caur kolekcijām. Ja pastāvētu konkurējošs tirgus, tad bibliotēkas sacenstos par to, kurai ir vecākās grāmatas vai pilnīgākās kolekcijas. Savukārt otra daļa uzskata bibliotēku par kaudzi ar pakalpojumiem. Patiesība ir pa vidu – tev vajag grāmatas, lai piedāvātu pakalpojumus. Mūsdienās visveiksmīgāk darbojas tās bibliotēkas, kuras ir uz pakalpojumiem orientētas. Neviens nevar izdzīvot, ja nekļūst par kaut kādu daļu no kopējās vērtību ķēdes. Bibliotēkām ir jābūt kādam svarīgām, vajadzīgām. Tev jāredz savi pakalpojumi kā kaut kādā lielākā (vērtību) ķēdē iederīgi. Bibliotēkai jāveicina lasīšana un zināšanu apguve un jābūt drošai, ka nākamās paaudzes izaug tikpat intelektuālas kā iepriekšējās. Tev jāpozicionē sevi starp autoriem, publicistiem un lasītājiem, un tev jāizdomā, kā tu vari būt noderīgs visām šīm auditorijām, darot, ko tādu, ko bibliotēkas agrāk nedarīja.

4. Vai, Jūsaprāt, bibliotēkām būtu jāvadās tikai pēc dokumentos idealizētajām vadlīnijām, vai arī institūcijai jābūt neatkarīgam organismam, kas spēj darbībā iedzīvināt tās vadībai un darbiniekiem praktiski un morāli saprotamas un simpatizējošas nozīmes, vērtības un reāli izpildāmus mērķus?

Šis nav vienkāršs jautājums. Protams, katrai valstij normatīvais regulējums ir atšķirīgs, taču šajā gadījumā vispirms jāsaprot, uz ko tas attiecas. Igaunijas Nacionālā bibliotēka ir pa pusei neatkarīga, tas nav absolūts valsts īpašums. Mums valsts budžetā ir savs budžets. Kad iegūstam dotāciju, paši izdomājam, ko ar naudu darīt. Likums ir nevis tāpēc, lai diktētu, ko bibliotēkai darīt vai nedarīt. Tas dod mums kaut kādu neatkarību – valstij nav par mums pārlietu jā rūpējas. Tas dod mums iespēju arī pelnīt naudu, kas nenonāk valsts budžetā. Līdz ar to likumiskajam regulējamam ir arī priekšrocības.

Kopumā, likums nosaka bibliotēkas pamatfunkcijas, finanšu piešķiršanas kārtību, aptuvenos pakalpojums (to, ko valdība no mums gaida). Taču, protams, valdībā bibliotekāri nestrādā, līdz ar to likums ir diezgan formāls. Tiesa, tas iezīmē aptuvenās darbības vadlīnijas. Tas, kā strādājam praktiski, paliek galvenokārt mūsu ziņā. Bibliotēkas iekšējā stratēģija vai konstitūcija ir krietni specifiskāka, un to izstrādājam mēs paši. Manuprāt, ir vajadzīgs gan valsts, gan iekšējais regulējums, tie viens otru papildina. Ja organizācijai dod pārāk daudz neatkarīgas varas, tās darbība var kļūt tendencioza, individuālu ambīciju vadīta, tas nav labi.

5. **Bibliotēkas arvien vairāk sevi pozicionē kā sabiedrības zināšanu un vietējo kopienu saskarsmes, pašiniciatīvas un kultūras centrus, piedāvājot arī daudzpusīgu pasākumu (izstāžu, koncertu, lekciju) programmu un aktivitātes. Jaunas nozīmes piešķir arī sabiedrība. Vai šī ir kļuvusi par jaunu un pilnasinīgu bibliotēku būtības sastāvdaļu?**

Ja es salīdzinātu Igaunijas Nacionālo bibliotēku ar citām bibliotēkām, izrādītos, ka šeit notiek diezgan daudz kultūras pasākumu – pie mums ir izstādes, lekcijas, pat izrādes un koncerti. Tas viss, pateicoties lielajām un funkcionālajām telpām. Manuprāt, fakts, ka mēs varam būt arī kultūras centrs, ir ļoti spēcīga identitātes daļa. Tā ir mūsu jaunā loma. Tiesa, mēs nerīkosim Arvo Perta vai Andrea Bočelli koncertus, jo tas nav prioritāri bibliotēkai. Mēs atbalstām pasākumus, kas kaut kādā ziņā ir saistīti ar bibliotēkas krājumu. Vienlaikus mēs esam ļoti demokrātiski, atvērti „tautas māksliniekiem” – šeit ikviens var nākt un piedalīties, uzstāties.

6. **Vai līdzīga situācija bija arī pirms pieciem gadiem?**

Agrāk tik daudz pasākumu bibliotēkā nenotika, tagad to ir krietni vairāk, līdz ar to šī identitātes daļa nostiprinās. Tāds ir pieprasījums.

7. **Gan izvērtējot dokumentus, gan veicot praktiskus novērojumus, secināms, ka bibliotēkas ir kļuvušas arī par studiju, satikšanās vai atpūtas vietām, tūrisma objektiem. Rodas iespaids, ka apmeklētāji paši ir izveidojuši jaunu identitātes perspektīvu. Vai Jums tā ir pieņemama?**

Jā, mēs esam kaut kādas jomas (bibliotēkzinātnes, nacionālās atmiņas glabāšanas) līderi, taču mums jābūt proaktīviem. Teiksim tā – bibliotēka kā satikšanās, tūrisma vai kultūras pasākumu vieta nebūtu attiecināma uz jaunu identitātes daļu. Šāda situācija tikai norāda, ka mūsu jau esošā identitāte pilnveidojas, attīstās laikmeta, funkcionalitātes un piedāvājuma dēļ. Mūzika, mākslas izpausmes, performances, filmas, lekcijas, izstādes... mēs cenšamies iesaistīt pēc iespējas lielāku

sabiedrības daļu pēc iespējas dažādākos veidos bibliotēkā – tāda ir mūsdienu bibliotēku būtība, tā ir laba un pieņemama.

8. Vai iepriekšminētā situācija nedeformē sabiedrības izpratni par bibliotēkām? Tomēr to galvenais uzdevums ir literārā mantojuma saglabāšana un pieejamības nodrošināšana, kā arī atbalsts izglītībā.

Viedoklis, ka bibliotēkas ir kultūras un sabiedriskie centri, ticis iedzīvināts, pateicoties publiskajām bibliotēkām. Ja tava bibliotēka ir ciema vidū, tev vajag klientus. Tu nevari pie viņiem aiziet, tāpēc, lai viņi atnāktu un paņemtu kādu grāmatu, nepieciešams piesaistes elements, aktivitāte, ir vajadzīga ēsma. Rezultātā, publiskās bibliotēkas sevi sāka pozicionēt kā mītiņu un dažādu lokālo pasākumu norises vietas. Piemēram, Skandināvijas publiskās bibliotēkas auditoriju piesaistīšanas nolūkos rīko pārgājienus (ar noslēgumu pie grāmatu plauktiem), bet vienā otrā bibliotēkā pat ir pieejama veļas mašīna, kur trūcīgākie sabiedrības locekļi var mazgāt drēbes. Nacionālās bibliotēkas „uzvedas” tāpat – ja tu izdarīsi ko jaunu, pie tevis atnāks vairāk cilvēku. Taču tam visam pamatā ir vēlme pievērst apmeklētāju uzmanību tradicionālajiem bibliotēkas pakalpojumiem. Bet moderna bibliotēka – ziniet, tā ir tikai viena monētas puse. Izpratne par bibliotēkām nav mainījusies, cilvēki joprojām iet uz turieni, kad viņiem ir jautājums, uz ko nepieciešams rast atbildi. Arī pasākumus var savienot ar tradicionālajiem pakalpojumiem – tā var būt, piemēram, grāmatu izstāde. No citas puses – tas, ka cilvēki nāk uz bibliotēku darīt kaut ko aizraujošu, nenozīmē, ka viņi arī kaut ko iemācīsies. Mums ir jādara vairāk, lai uzsvērtu zināšanu lomu un nozīmi, nevis tikai jāorganizē koncerti un citi pasākumi.

9. Kā Jūs domājat, vai bibliotēkas būtu definējamas kā sociāli atbildīgas institūcijas? Kāpēc?

Bibliotēkas ir sociāli atbildīgas, taču šis koncepts jāaplūko vairākos līmeņos. Labākais, ko bibliotēka var darīt, ir piedāvāt komunikācijas vietu cilvēkiem ar dažādām pieredzēm un zināšanām. Protams, mums ir arī aprīkojams cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.

Austrumlondonā (viena no nabadzīgākajām Londonas vietām) ir publiskā bibliotēka, kas pārmodelēja savu būtību, lai dēvētos par „Ideju veikalu” (*Idea Shop*). Bibliotēka tika ievietota tur, kur ir cilvēki – tirgus placī starp stendiem, kur tiek tirgoti dārzeni. Durvis ir atvērtas, tu vari blakus nopirkt vīnogas vai burkānus, ieiet bibliotēkā, pavadīt tur kaut visu dienu. Redziet, šeit uzsvars ir uz demokrātiju – „Ideju veikalā” tiek gaidīts ikviens, nav nepieciešama lasītāja karte,

bibliotekāri ir gatavi palīdzēt ikvienam, viņus vieno augsta izpratne un misijas apziņa par nepieciešamību attīstīt sabiedrību. Es nezinu, vai nacionālā bibliotēka var panākt ko līdzīgu. „Ideju veikala” pamatā tomēr ir ļoti rūpīga stratēģiskā plānošana. Mēs demokrātiskās satikšanās un izziņas vietas aspektu īstenojam tikai daļēji – atbalstot cilvēkus un viņu idejas, vēlmes rīkot pasākumus u.tml.

10. Kāds ir Jūsu viedoklis par to, vai bibliotēkas identitātei (būtībai) jāpaliek nemainīgai vai tomēr institūcijai jāpārskata savas darbības, pozicionējums, piedāvājums un jāpārveido identitāte atbilstoši pārmaiņām un pieprasījumam? Kāpēc?

Es teiktu, ka šī būtības maiņa norit šobrīd. Mēs (bibliotēkas kopumā) kļūstam neinteresanti, ja piedāvājam tikai tradicionālos pakalpojumus, taču likums nosaka, ka tu arī nevari visu padarīt brīvi pieejamu internetā. Līdz ar to mēs aicinām cilvēkus nākt uz bibliotēku, bet mums viņi ar kaut ko jāpiesaista. Labākais, ko varam darīt, ir koncentrēties uz cilvēkiem, kuri novērtē tradicionālos pakalpojumus, bet vienlaikus grib arī pilnveidoties, nebaidās izmēģināt jaunas lietas attīstības vārdā. Mēs viņiem palīdzēsim, jo tāds ir mūsu uzdevums. Arī mēs pakāpeniski attīstāmies un attīstīsimies, un tā kļūs par mūsu identitātes daļu.

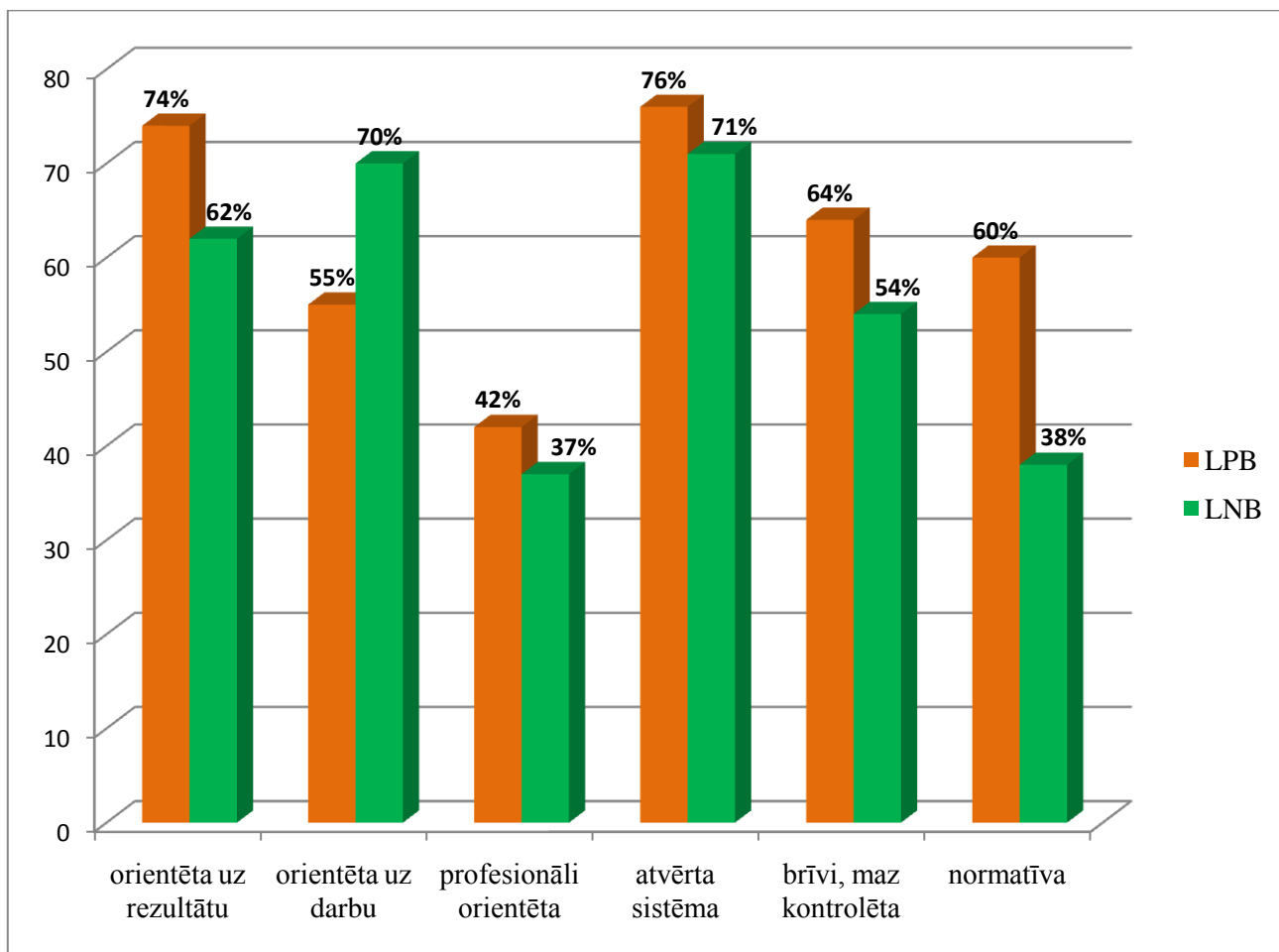
11. Vai, Jūsprāt, bibliotēkas identitātei jābūt saskaņā, mijiedarbībā ar darbinieku identitātēm?

To ir ļoti grūti sasniegt. Mūsu bibliotēkai ir sešas vērtības – nepārtraukta attīstība, orientācija uz klientiem, sadarbība, kultūras mantojuma un nacionālās atmiņas saglabāšana, uzticamība, atvērtība. Esam diskutējuši, ko tās ikvienam darbiniekam nozīmē. Esam pat eksperimentējuši ar praktisku to ieviešanu dzīvē. Pirmdien tu piekopi vienu vērtību, otrdien otru, ..., vienkārši centies dienas laikā paturēt šīs vērtības prātā. Tas bija ļoti grūti! Kā lai es definēju atvērtību? Būt laipnam pret visiem, vienmēr atbildēt uz telefona zvaniem? Viss sākas no mazām lietām. Taču šīs lietas tu nevari sev uzspiest, par tām domājot, it īpaši, ja kopā ir sešas vērtības. Tās ir organizācijas kultūras sastāvdaļa, tām tevī jāieaug. Ja cilvēkā jau ir šī vērtību sistēma, tā liek atbilstoši rīkoties, taču to iemācīties varētu būt ļoti grūti. Pat nelietderīgi, jo tas nebūtu patiesi. Tas nav gluži kā padomju laikos, kad tika nolemts – nākamās piecus gadus mēs darīsim vienas lietas, bet aiznākamās piecu – citas. Organizācijas kultūra ir ļoti liels projekts. Tam jābūt aktīvi kultivētam vai trenētam, konceptualizētam, lai panāktu, ka cilvēki šīm vērtībām seko.

12. Kāda loma bibliotēkas identitātes veidošanā un paušanā ir ārējiem vizuālās izteiksmes līdzekļiem (piemēram, logotipi, krāsu kodi, formastērpi, ēku dizains, suvenīru līnija)?

Manuprāt, vizuālajai identitātei bibliotēku darbībā jāieņem lielāka loma, jo tā iespējams aicināt cilvēkus nākt šurp. Igaunijā mums pie tā vēl jāstrādā. Piemēram, mums ir logo, kur redzams bibliotēkas ēkas siluets. Būsim godīgi, tas ar bibliotēku kā zināšanu un attīstības vietu rada ļoti nosacītas asociācijas... Ja jums ir Gaismas pils, tad mums ir tumsas pils. Igaunijas Nacionālā bibliotēka arhitektoniski ir kā liels akmens cietoksnis, tās veidols ir ļoti smagnējs, daudzi cilvēki to uzskata par tumšu un putekļainu. Šī bibliotēka ārēji nav pārāk aicinoša. Ja sabiedrībai mūsu logo izraisa šādas nevēlamas asociācijas, tajā jāietver kaut kas cits, kaut kas dinamiskāks. Pēc manām domām, ar vizuālo identitāti ir vērts eksperimentēt, jo cilvēki fizioloģiski ļoti daudz uztver ar redzi. Turklāt grafiskais dizains ir vesela zinātne. Es redzu, ko un cik tas maina – mēs atjauninājām mājaslapas dizainu, un jau pirmajā dienā saņēmām par to daudz labu atsauksmju.

LPB un LNB identitāšu salīdzinājums



4.7.1. attēls. LPB un LNB identitātes salīdzinājums pēc Dž. Hofštedes un J. Hofštedes modeļa

Aptaujas anketa par Latvijas bibliotēku tēlu

Aptauja par Latvijas bibliotēku tēliem

Sveicināti,

Mans vārds ir Augusts Zilberts, esmu Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas studiju katedras students, un šobrīd izstrādāju maģistra darba pētījumu par bibliotēku tēliem. Lai uzzinātu sabiedrības viedokli par apzīmējumiem un priekšstatiem, kas tiek piešķirti bibliotēkām, lūdzu Jūs velīt dažas minūtes laika un sniegt atbalstu šīs anketas aizpildīšanā. Anketa sastāv no 3 jautājumiem.

Anketas ir anonīmas, iegūtie dati tiks izmantoti apkopotā veidā, nodrošinot Jūsu konfidencialitāti.

1. Ar kuru no šiem apzīmējumiem visprecīzāk varētu raksturot bibliotēkas Latvijā?

Iespējami vairāki atbilžu varianti

- Nacionālā un pasaules literārā krājuma glabātājas
- Daudzfunkcionāli izglītības, kultūras, komunikācijas, norišu centri
- Satikšanās vietas
- Sociālā atbalsta institūcijas
- Mācību telpas
- Atpūtas un izklaides vieta
- Izstāžu zāle
- Tūrisma apskates objekti
- Mājas ar putekļainām grāmatām
- Politisku norišu vietas
- Cits

2. Lūdzu, izvēlieties un norādiet, kādas Jūsu skatījumā ir Latvijas bibliotēkas.

Jo veiktā atzīme atrodas tuvāk īpašības vārdam, jo vairāk Jūs tam piekrītat. Atzīme 4 norāda uz neitrālu nostāju.

	1	2	3	4	5	6	7	
mūsdienīgas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	vecmodīgas

1 2 3 4 5 6 7
būtiskas (vērtīgas) nebūtiskas (nevērtīgas)

1 2 3 4 5 6 7
izglītojošas neizglītojošas

1 2 3 4 5 6 7
digitālas analogas

1 2 3 4 5 6 7
sociāli iekļaujošas, integrējošas savrupas

1 2 3 4 5 6 7
uz sadarbību vērstas neatsaucīgas

1 2 3 4 5 6 7
informējošas neinformējošas

1 2 3 4 5 6 7
pieejamas nepieejamas

3. Kas veido Jūsu priekšstatus par bibliotēkām?

Iespējami vairāki atbilžu varianti

- Bibliotēkas pašas
- Mediji
- Personīgās saskarsmes, apmeklējuma pieredze

- Citu personu pieredze
- Cits

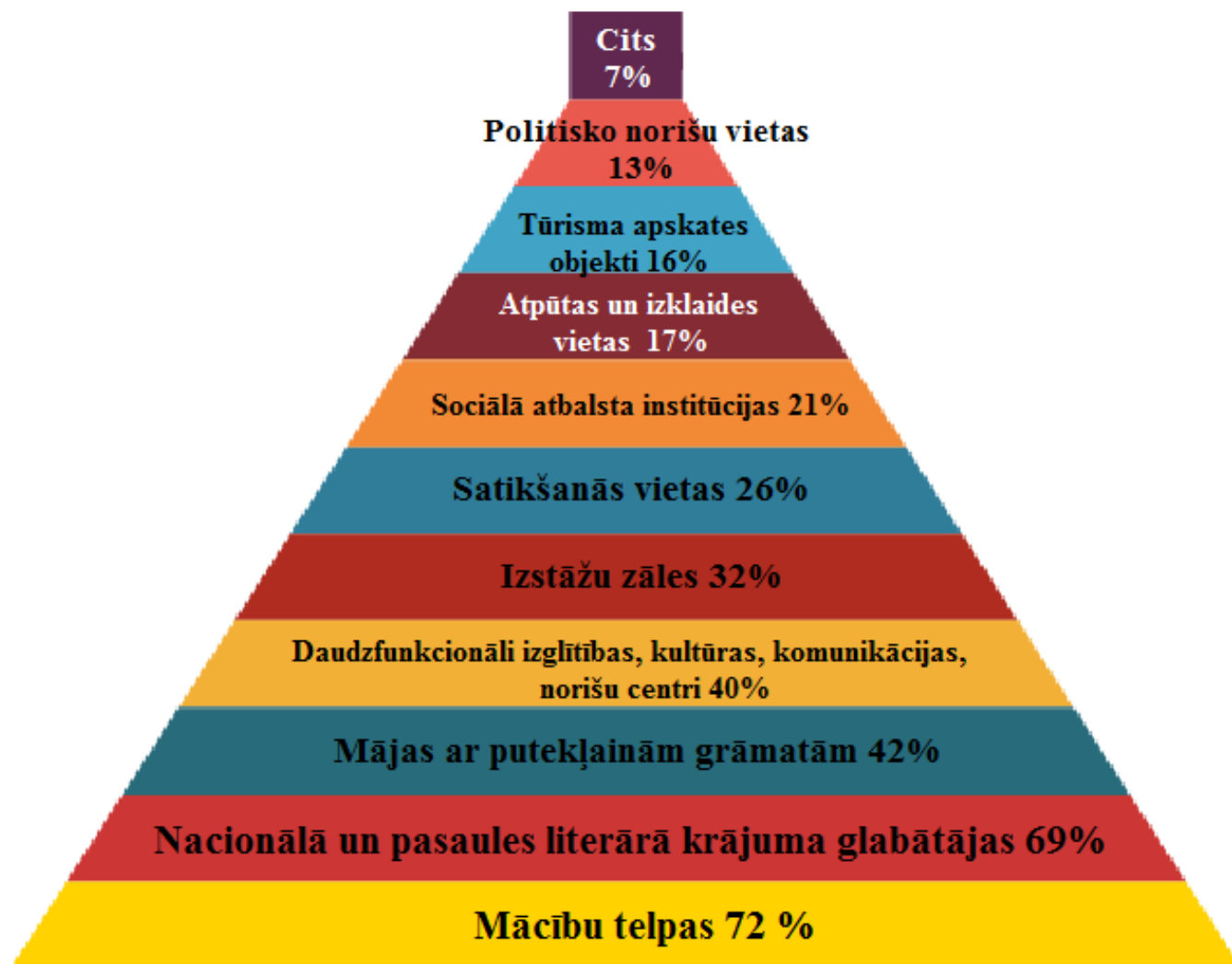
Lūdzu, norādiet savu vecumu

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-62
- 63<

Sirsnīgs paldies par atsaucību!

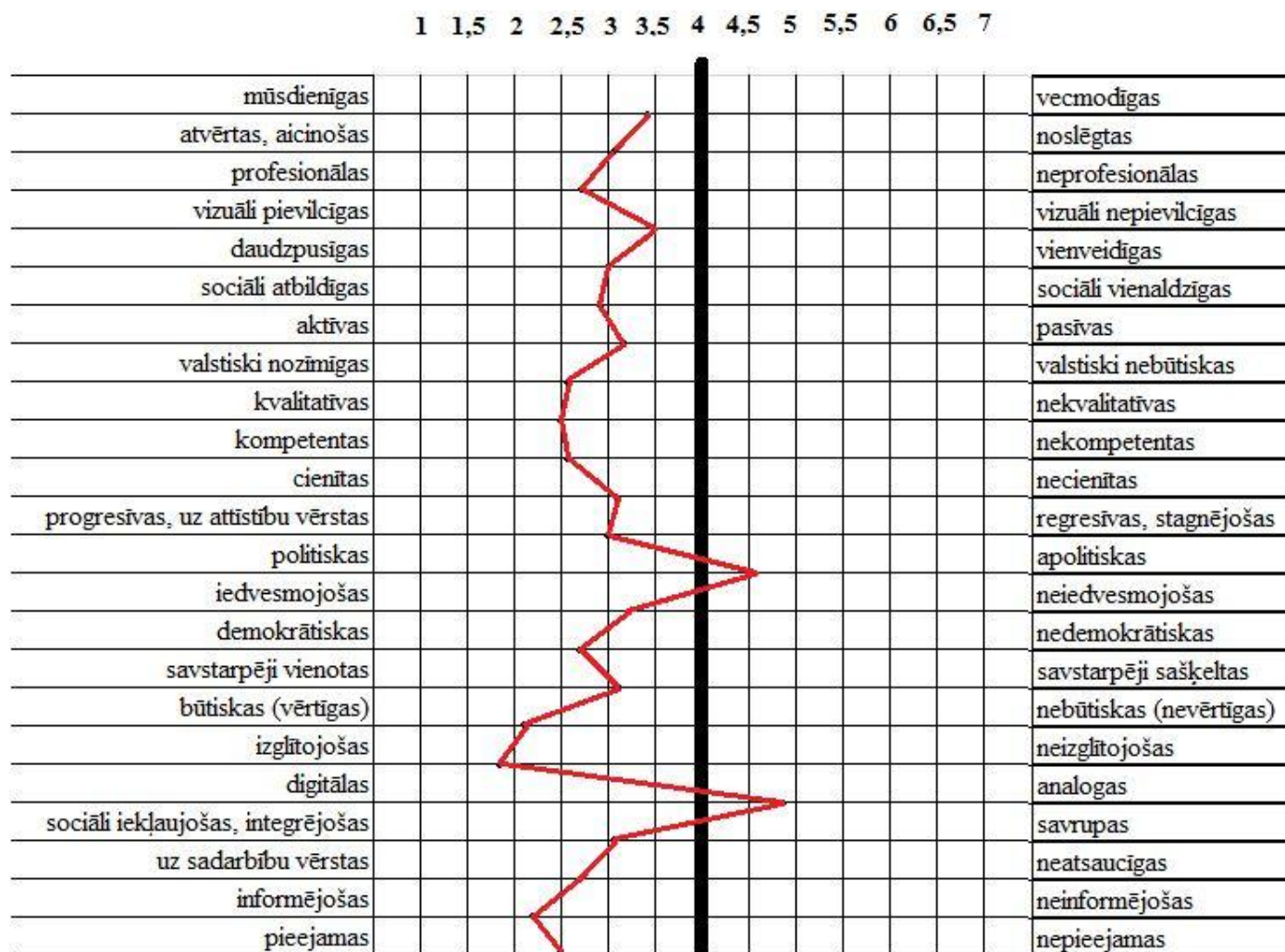
**Patiesā cieņā,
Augusts Zilberts**

Sabiedrības piešķirtie tēli Latvijas bibliotēkām



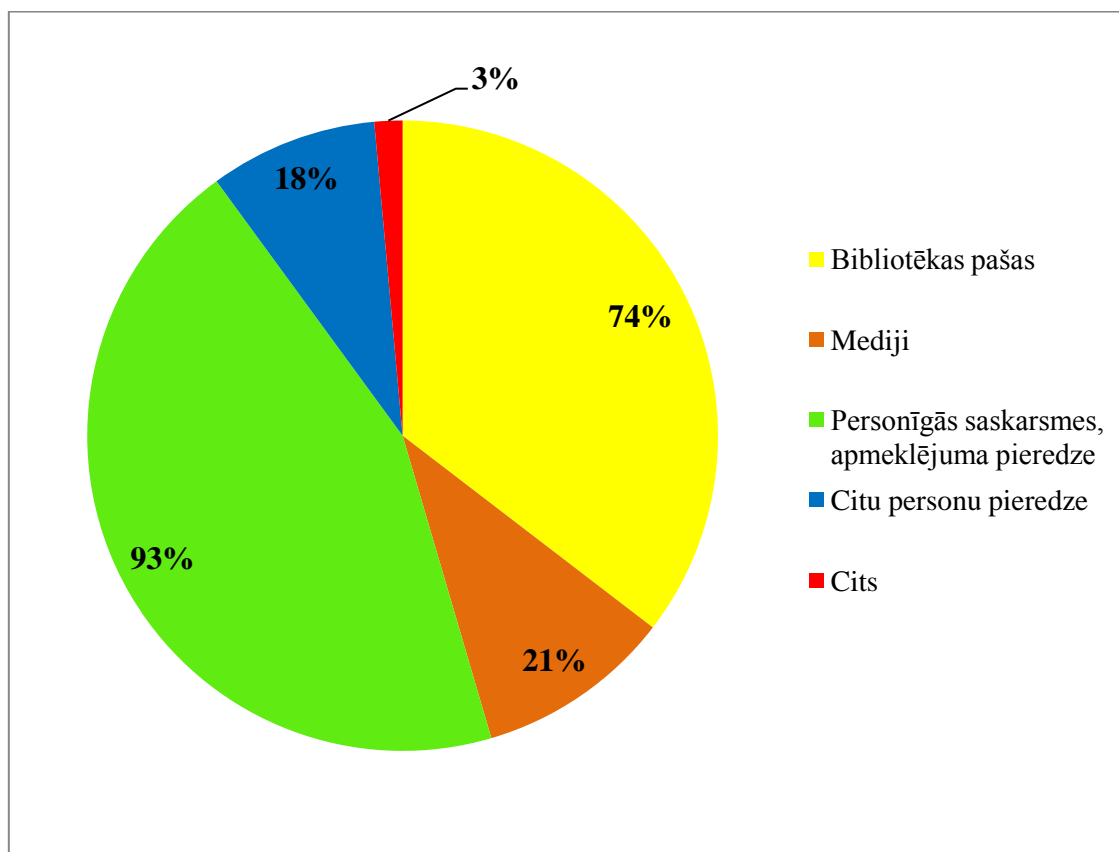
4.8.1. attēls. Latvijas bibliotēku tēli

Semantiskā diferenciāļa skala



4.8.2. attēls. Latvijas bibliotēkām piemītošās rakstura īpašības

Priekšstatus par Latvijas bibliotēkām izplatošie kanāli



4.8.3. attēls. Priekšstatus par Latvijas bibliotēkām izplatošie kanāli

GALVOJUMS

Ar parakstu es apliecinu, ka maģistra darbs ir izstrādāts patstāvīgi, par izmantotajiem informācijas avotiem, materiāliem un datiem ir dotas atsauces. Šis darbs nekādā veidā nekad nav ticis iesniegts nevienai citai komisijai un nekad nav publicēts.

Maģistra darba apjoms ir 96 lpp. jeb 30 292 vārdi (kopapjoms: 140 lpp. jeb 38 024 vārdi), kas atbilst Komunikācijas studiju katedras izstrādātajiem „Metodiskie noteikumi maģistra darba izstrādāšanai un noformēšanai”.

- *Darbs rakstīts, izmantojot Microsoft Office Word 2007 versiju. Autors pārbaudījis, ka, atverot dokumentu citā versijā, iespējama tā vārdu skaita apjoma neatbilstība. Izdzēšot šos divus teikumus, būs redzams atbilstošais, galvojumā ierakstītais vārdu skaits.*

_____/_____
(studenta paraksts) (vārds, uzvārds)

2015.gada.....
(jāraksta darba iesniegšanas datums)

Maģistra darbs ir aizstāvēts 2015.gada “_____” _____

un novērtēts ar atzīmi _____.

Protokola Nr. _____

Maģistra darbu novērtēšanas komisijas priekšsēdētājs _____

/paraksts/