



図書館 PR の意義と方法

—いつでも・どこでも・なんでも・PR—

明石 浩

I. 多様な世界こそ、図書館

図書館の仕事は、選書をはじめとしたコレクション業務からはじまって、データ作成と管理・配架、そして、貸出・レファレンスなどの利用者対応をしていくというのが基本だ。それは地道な作業として図書館内部からの評価は得ることができても、病院や大学組織全体、または社会全体から評価を受けることは困難と思える。なぜなら、図書館のそれらの仕事は外部からわかりづらい仕事ということと、図書館のイメージとして当たり前の仕事だからだ。もちろん、当たり前の仕事を当たり前にすることの価値は大きい。しかし、図書館とはそのようなことだけで良いものだろうか。私は、図書館らしさとは「静かな場所であり、本や雑誌、コンピュータからの情報を得るところであると言うだけのところ」とは思っていない。私が思う図書館らしさとは、「常に社会のさまざまな現象に向き合っている状態」のことだと思っている。そのことと図書館 PR は、密接に関係しているとも思っている。

今、公立図書館で、医療・健康情報のコーナーを作ったりして、医療・健康情報の資料提供にも応えていこうとしている図書館が増えていくことはご存知だと思う。これは図書館がさまざまな情報提供をするというアピールであり、「図書館は何でもあるところ」ということの実体化である。公立図書館では、子どもから外国人まで、さまざまな状態の人々を対象としたさま

ざまな情報提供が必要であり、それが図書館と言うものだ。

図書館 PR を考えるときに、この「常に社会のさまざまな現象に向き合っている状態」ということと「何でもあるところ」ということがとても重要である。これは、公立図書館の場合だけのことではなく、病院図書館をはじめ、学校図書館、専門図書館でも同じであると考えべきだ。なぜなら、繰り返すが、それが図書館らしさだと思うからだ。確かに病院図書館は、その扱う資料、情報というものが、医療関係のものに特化しているのは当然のことだ。しかし、医療・健康管理とは、ただ、その医学、医療情報だけで実施されるわけではない。「病は気から」という言葉があるとおおり、精神状態や、患者の置かれたさまざまな外面的条件と内面的な条件で「病」になり、その条件の改善で「病」を治すことになるだろう。建築学や美術でさえ医療に役立つ可能性はある。また、中国の言葉で「医食同源」という言葉があるとおおり、食事は医療と深い関係にあることも間違いはない。病院図書館は一般的には大きなものではなく、資料費も大きなものではないであろう。そして、多くは資料・情報が医療分野に限られたものであろう。だが、本当に病院図書館は、医療・医学関係以外の情報提供を行わないものなのかということは考えてみる価値があると思う。

II. 図書館 PR は、図書館の仕事の中心

図書館を PR することは、図書館の仕事全体の中で、どのような位置にあるものだろうか。私は、図書館 PRこそ、図書館の仕事の中心で

あると思っている。なぜなら、図書館の資料・情報は使われるためのものであり、資料がその資料の必要な人に使われないのであれば、図書館は、図書館ではなく「資料・情報のただの倉庫」となる。インドの図書館学者 S. R. ランガタンは、「図書館学の五法則¹⁾」のなかで、第3法則「いずれの図書にもすべて、その読者を Every book its reader」として、その説明の半分を「広報」として書いている。そこには、マスコミを通じた宣伝から、おはなし会などによるイベントによる広報活動まで、私が重要視して実践してきたことのほとんどが書かれている。

「図書館学の五法則」の中で、広報の価値として、「アメリカのデイモン公立図書館の広報部長ピーターソン女史 (Wildred Othmer Peterson) は、『図書館 PR』の論文の中で次のように述べている」として、「宣伝が企業にとって重要であるならば、図書館にとっても同様でないことがあろうか。しかしながら多くの場合図書館員が広報の重要性について教育を受ける必要があるということと、図書館にはそのために使える数百万ドルもの金はないという点である」という引用がある。まさに、そのとおりであり、図書館 PR の重要性は、図書館学の古典と言われているこの本 (初版は 1931 年) ですでに主張されているのである。このことから、図書館 PR は、図書館の基本業務だと言い切りたい。

Ⅲ. 図書館 PR の実際

イベントなどの非日常性が PR の素になる

図書館 PR にもいろいろな手法がある。ペーパーによる図書館だよりから、WEB 上での図書館 PR、館内でのポスター掲示、パンフレットの作成など多様な方法がある。しかし、最も効果的に多くの利用者を得るには、マスコミの利用を超えるものはない。マスコミは、その部数が多く、広範囲に伝わることも有利な点なのだが、そこには図書館でもなく利用者でもない第三者が伝える情報として、その情報の発信者が語る以上に価値を持って感じられる優位性が

ある。例えば、自分で「自分はこれができる」と言うよりも、他者が「あの人は、あれができる」と伝わるほうが本当らしく聞こえて、価値も高くなるのと同じである。

さて、では PR の内容だが、「新しい図書館が開館する」という内容は、もちろん図書館を宣伝する材料だ。しかし、このような大きな出来事 (イベント) は、年に一回どころか、何十年に一回の出来事である。そのような大きな出来事だけでは図書館 PR の継続にならない。そこで、普段の業務の中で、新たなデータベースや電子ジャーナルが利用できるというようなことを、図書館報だけでなく、基本組織の病院報 (病院や大学全体のメディア) にも載せてもらって PR を継続的にすることが必要だ。ここまでは、恐らく、どこの図書館でもしていることだと思われる。

さて、そこまでのことを述べるのであれば、編集部が私に執筆依頼をする必要はない。私は、図書館を PR するための材料は、小さな出来事でも、たくさん存在することを強調して述べたい。しかし、PR 材料となるためには、大きなことでも、小さなことでも、それらが非日常性の出来事 (イベント性のあるもの) であることが必要だ。図書館に限らず、PR をするときには、その内容がニュース価値のあるもの (非日常性) でなければならない。例えば、今まではなかったものが手に入った。または、今までとは違うことができる、というようなことだ。それでも、そこには数に限界がある。そこで、図書館 PR をするために、特別な企画・イベントをすることが有効となる。そして、図書館 PR には、資金が必ずとも必要ではないということも主張したい。

Ⅳ. 福山市新市図書館での小さな PR 実践

私が仕事をしている福山市新市図書館は、2003 年 2 月 3 日に旧広島県芦品郡新市町が福山市に吸収合併されて、その合併の建設計画 (合併するにあたっての約束事) で 2005 年 10 月 1

日に福山市新市支所（旧 新市役場）の2階に開館した、福山市図書館（蔵書冊数約40万冊の福山市中央図書館をはじめ全館で7館1分室、自動車図書館1台がある）の中で、一番小さな図書館だ。床面積382㎡、蔵書冊数約3万7千冊。2010年度の図書費は263万円。職員体制は、正規職員（司書）2人と嘱託職員（司書）4人で、休館日は毎月第3火曜日だけ。しかも、その日



図1 春だ! コミックだ! 展



図2 はらのまちなち展



図3 巧みの技 伝統工芸展

も館内整理日で、年末年始の6日間以外は毎日、業務が行われている、本当に小さな図書館の激しいローテーション職場である。そんな図書館に、2009年4月、私は福山市図書館としては中規模館の福山市北部図書館から異動してきた。そして、さまざまな企画展示やイベントを展開して、2009年度の貸出冊数は約11万3千冊（前年度比で17%増加）となった。図書展や写真展、絵画展、昔の民具展、コンサート、観光エクステンジ情報展、おはなし会、ベトナム語の紙芝居、土佐弁カルタ大会、工作教室、フラワーアレンジメント教室などを行った（図1-5）。積極的で徹底的な図書館PRが、前年度比で17%増加の貸出冊数を導き出したのは間違いない。

1. 社会派的な企画で

大手の新聞社の記事にする

2009年7月8日に水俣病救済法が成立したの



図4 時刻表の配布

毎年、3月のJRの時刻表の大幅改正時にJR駅で無料配布されるJR時刻表を図書館へ持ってきて配布している。新市図書館のある新市町の最寄りの駅はJR福塩線の新市駅だが無人駅なので、隣の広島県府中市のJR府中駅でJR時刻表をいただく。普段、JRを使う人は駅で入手するが、そうでない人は、「図書館で時刻表が手に入ってよかった」と飛ぶように時刻表はなくなっていく。図書館の情報提供とは、既存の情報提供サービスの枠を越えて、可能性は無限だ。何でもニーズのあるものは喜ばれる。しかも、この企画情報提供でかかった費用は、JR府中駅までの往復のガソリン代だけだ。図書館の貸出冊数にはカウントされないサービスだが、「図書館は貸本屋ではない」ということを説明する、質の高い、本当に小さな図書館サービスのひとつとだということが、図書館の専門家（司書）ならば理解できるはずだ。

をうけて行った「水俣病に関する図書展」や8月に行った「写真展『ガザの悲劇』」などの社会派的な企画で、2009年度一年間だけで、朝日新聞社などの大手の新聞各紙に、35件もの新聞記事が出るようになった。それらのすべての企画の経費は0円である。「水俣病に関する図書展」は、福山市図書館全館から本を集めて展示をしたが、出版された本がもともと少なく、とても小さな展示だったが、朝日新聞社、読売新聞社、毎日新聞社が大きな記事にしてくれた。そこには社会派的図書展というニュース価値があったからだ。

2010年度は、4月に広島東洋カープ球団創立60周年にちなんで、「それゆけカープ！」展を開催して(図6)、中国新聞社、毎日新聞社、朝日新聞社の大きな記事になった。地域性のあるホットな話題も新聞記事になる。



図5 図書館へいこう！図書館活用術いろいろ展



図6 それゆけカープ！展

2. 生活に身近な企画で

小さなミニコミ誌の記事にする

私は、新聞記事になるような企画だけでなく、生活に身近な、小さなことでも図書館PRができることを重視している。福山市新市地区では、新聞販売所3店が競って、独自のニューズレターを作成して配布している。そこには町内の訃報も載っていて、新聞本紙よりもよく読まれているとも言われている。福山市新市図書館へ着任した2009年4月に新聞販売店各店へ図書館PRの協力をお願いしていて、それ以来、常に何らかの話題が新市図書館にあれば記事にしてくれている。

2010年8月26日～9月20日まで、「やってみよう！節約の本展」を開催した(図7)。本展と言っても、机を並べて、黒暗幕を敷いて、タイトルをダンボールと色紙で作って、節約についての本を並べただけのものだ。本は、福山市図書館全館から節約に関する本を取り寄せて展示し、その場で貸し出した。女性の利用者が多いこともあって、本は飛ぶように貸し出さされていったので、次々と福山市図書館全館から取り寄せることになった。おそらく、この企画図書展だけで、300冊以上は貸出があったように感じる。

3. ラジオに出る

福山市には、レディオ BINGO (エフエムふくやま) という FM ラジオ局がある。そこにはイ



図7 やってみよう！節約の本展

イベントを紹介するコーナーがあり、イベントの度に取材をお願いしてみた。何回かラジオ出演をしていると、ラジオ局も小さなエリアで毎日の情報発信をするのは大変なことだから、向こうから、ラジオの取材に行きたいと逆にお願いが来るようになる。

4. 図書館だより、チラシをつくる

イベントを案内するチラシや図書館だよりは、常にペーパーで作って、福山市新市地区内の保育所、小学校、中学校の全児童、全生徒を通じて各家庭に配布している。WEB上に図書館だよりがあればそれで良い、という考えには疑問がある。図書館員は、さすがに情報を扱う職業なだけに、家庭でもインターネットを使える環境にあるだろうが、公立図書館を利用する人々を見る限りでは、家庭ではインターネットを見ることのできない人は非常に多いのがわかる。その理由で、電子情報だけでなく、ペーパーによる情報発信は基本ととらえるべきだろう。

V. 図書館のことを新聞記事にするコツは何か

これまで、福山市図書館で25年以上にわたって、さまざまな企画やAV資料の導入、多文化サービス、ヤングアダルトサービスなどを展開してきた。その度に、新聞社の取材を受けてきたので、総数では400回以上の取材を受けていると思う。このように、取材を受け続けていると、どのようなことが新聞記事になるかがわかるようになる。図書館のことを新聞記事にするのはきわめて簡単だ。

取材を受けるときは、新聞記者に対して、仕事で来ている人という対応をしないで、図書館まで足を運んでいただいたお客様という対応をしてきた。すると、自然と新聞記者とも親しくなる。中には、取材に来て、私の話が面白く、居心地も良いものだから、なかなか帰ろうとしない新聞記者もいる。

そのようにしていると、「明石さんは新聞記者と仲良しだから、そのように新聞記事になるのだ」という人が多くいるが、事實は、まったく

逆である。新聞記者もプロであるから、いくら親しい仲でも、ニュース価値のないものには寄ってこない。それどころか、親しいだけに、取材するかどうかは厳しく判断してくる。つまり、親しい仲だと義理で記事を書くということがなくなるのだ。

新聞記事になる企画とは、①社会派的なもの②初物(初めて何々)③伝統的なもの④何周年や、何回目とかの区切りの回数ものなど⑤面白い人物の紹介(図書館員)⑥季節がらなどの時候を扱うもの⑦国際交流などの国際派、などが考えられる。そして、それらは全国で一番とか、全国で初めてとかでなくても、県内または市内で一番とか、小さな範囲内での初めて、でも通用するものである。

つまり、図書館のことを新聞記事にするには、新聞社のデスクが新聞記事にしたいような内容を企画すれば良いだけだ。新聞を読む習慣があつて、自分が新聞社の編集部になったら、どのようなことを記事にしたいかを考えれば良いだけである。

マスコミとの第一の接触方法は、市役所などの役所にある「記者クラブ」へのプレスリリースの投げ込みだ。役所の担当に問い合わせれば、プレスリリース投げ込みの方法を教えてくれるだろう。うまく、マスコミからの取材を頂いたら、名刺を頂くなどをして関係を継続する努力も必要だろう。

VI. 病院図書館でもできる小さなPR作戦

私が訪問したことのある病院図書館は、福山市民病院図書室と静岡県立こども病院図書室しかないで、具体的に病院図書館の仕事の内容は理解していないと思うが、同じ図書館の仕事として考えれば、病院図書館でも、さまざまなPR作戦が考えられる。

まず、病院図書館の資源、財産をみつめてみる。そこには、本や資料、パソコンなどが見えると思う。そして、自分では見えない資源としてあるのが自分、つまり病院図書館の司書であ

る。人(司書)も、PR戦略には大きくて重要な資源になる。

1. 図書館職員(司書)

自分は特になにも特徴がないと思っている人でも、時には旅行に行くこともあれば、映画を観たりもするだろう。もちろん、読書もしている。司書が読書をするのは、当たり前と感じられるから、非日常性がない。だが、司書が外国旅行やサイクリング、釣りに行ったときのことを写真にして、パソコンでプリントして、小さな写真展をしてみるのはどうだろうか。病院の玄関口に、病院図書館で「〇〇病院発、自転車の旅・ミニ写真展」とポスターを貼ってみたらどうだろうか。大きな効果はなくても、少なからず、病院で図書館の存在感が生まれてくるはずだ。病院図書館でこのような小さな企画展をするときの有利な点は、小さな図書館なだけ、相談する相手も少ないので、思いついたらすぐに行動に移せることだ。このような企画も継続が力になる。また、司書として正統に本・資料・情報紹介のためのニューズレターなどをつくることは大きな宣伝効果があるとは言えないかもしれないが、そのような正統派部分もあってこそ、奇抜な企画は生きてくる。

2. あそび感覚の重要性

図書館PRのことだけでなく、すべての仕事のクオリティ(品質)は「職員のやる気」次第となる。病院図書館のスタッフは少ないであろうから、自分自身で、そのやる気を維持しなければならない。そのためには、自分自身の心身の良好な健康状態の維持が欠かせない。

また、図書館PRは積極的な仕事だから、いつも心の状態に「余裕」を持たせることが必要である。その「余裕」から、面白いアイデアが生まれるのである。新たに入手した資料の紹介の仕方でも、ただ単に説明をつけて展示すると、そこの何か花を添えるようなアイデアとともに展示して紹介するのでは、利用者からの反応には大きな違いができる。あそび感覚(余裕

の心)は、すべての仕事に必要なこととされているが、特に図書館PRには重要だ。あそび感覚は、アイデアの源泉だからだ。

そして、病院図書館では、病院などの基本組織内での連携とともに、他の病院図書館、公共図書館との協力など、多くの組織外部との連携も重要であろう。その点で図書館PRは、従来のそれらの連携先から、さらにそれらを広範囲に広げていく作業とも言えるだろう。

VII. いつでも、どこでも、何でもかんでもPR

—図書館PRの姿勢—

基本組織の病院がWEBサイトを持っていれば、そこに病院図書館のことも載せてもらう。司書への講師依頼など、なにかと話ができれば絶対に断らないことも大切だ。そして、利用者のニーズだけでなく、社会の現象をよく見て、さまざまな社会事情をキャッチしておく。つまり、言ってみれば、図書館PRのためには「いつでも、どこでも、なんでもPR」という姿勢を持っているべきだ。これが最初に書いた、「図書館は何でもあるところ」という概念と図書館PRとの繋がりととなる点だ。

図書館は、より多く利用されなければ、図書館(病院図書館)の存在意味が限られてくる。ランガナタンの言う、「その人に、その人の本を」という意味がそこにある。繰り返すが、図書館PRは仕事の重要な分野であることを基本理念として、「楽しく、想像力を大きく働かせて、元気よく」行うことだ。元気なところ(人)は魅力的だからだ。魅力的なところ(人)に人々は集まってくる。思いのままに書いた文章だが、病院図書館のPR作戦の一助になることができれば幸いだ。

参考文献

- 1) ランガナタン S.R. 図書館学の五法則. 森 耕一, 渡辺信一監訳, 深井耀子, 浜田義行訳. 東京: 日本図書館協会; 1981. p. 252-64.