

## **Małgorzata Bańkowska**

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa  
im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu  
e-mail: m.bankowska@bu.pwsz.kalisz.pl

# **[ Działalność państwowych wyższych szkół zawodowych na rzecz promocji regionu ze szczególnym uwzględnieniem roli biblioteki i wydawnictwa uczelnianego**

DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/0860-7435.25.04>

**Abstrakt:** Niniejsza analiza stanowi przyczynek do dalszych badań autorki nad udziałem państwowych wyższych szkół zawodowych (dalej: pwsz-ty) w promocji regionu. Celem opracowania jest ukazanie zależności pomiędzy realizowaną przez państwowe wyższe szkoły zawodowe misją edukacji zawodowej, opartą na współpracy ze środowiskiem lokalnym, a wzmacnianiem tożsamości regionalnej. W artykule omówiono wybrane elementy działalności naukowo-dydaktycznej, kulturalnej oraz promocyjnej pwsz-tów, mające wpływ na budowanie marki miasta (siedziby uczelni) oraz regionu, podkreślono też udział biblioteki i wydawnictwa uczelnianego w tym procesie.

**Słowa kluczowe:** marketing terytorialny, tożsamość regionalna, promocja, marka miasta, państwowe wyższe szkoły zawodowe, biblioteka uczelniana, wydawnictwo

*Bez promocji dzieje się coś strasznego – nic się nie dzieje*<sup>1</sup>

## Wprowadzenie

Promocja należy do istotnych składowych elementów zintegrowanej komunikacji marketingowej (ZKM) jednostek samorządu terytorialnego (Niedzielska, 2011, s. 45). Zgodnie z holistyczną koncepcją ZKM wszystkie skuteczne działania marketingowe, w tym promocja, winny być powiązane w sposób spójny i tworzyć zintegrowaną całość (Rydel, 2004, s. 351). Tak pojmowana komunikacja marketingowa zakłada projektowanie i realizowanie strategii promocyjnych przy wykorzystaniu różnorodnych narzędzi i środków informacyjnych, zsynchronizowanych w czasie i przestrzeni. Działania te, mające na celu komunikowanie się jednostki terytorialnej z otoczeniem, nakierowane są na budowanie wizerunku i marki danej jednostki terytorialnej oraz wzmacnianie tożsamości regionu poprzez przekonywanie o jego atrakcyjności i zachęcanie do nabycia (konsumpcji) produktów regionalnych (Florek, 2006, s. 143). W komunikacji marketingowej wykorzystuje się zarówno planowe, formalne przedsięwzięcia, jak i te spontaniczne, będące niejednokrotnie efektem „ubocznym” różnorodnych aktywności o charakterze kulturalnym, ekonomicznym, społecznym, naukowym, zarówno samorządu terytorialnego, jak i instytucji z nim związanych. W tym kontekście zaznaczyć należy, iż w procesach komunikacji samorządów z otoczeniem istotną rolę odgrywiają partnerzy marketingowi, do których zalicza się osoby i organizacje pełniące ważką rolę w regionie. Zwykle wymienia się wśród nich „pracowników urzędów miast i gmin partnerskich, organizatorów targów, pielgrzymek, touroperatorów” (Niedzielska, 2011, s. 47) oraz znane osoby z kręgu kultury, nauki, sztuki czy mediów<sup>2</sup>. Oczywiście jest, iż sieć partnerów marketingowych rozciąga się też na instytucje kultury i nauki finansowane lub współfinansowane przez władze miasta, powiatu i województwa, których działalność statutowa zakłada aktywność na rzecz społeczności lokalnej i promocję regionu. Należą do nich głównie muzea, teatry, biblioteki, filharmonie, towarzystwa naukowe czy sportowe. Nie sposób w tym kontekście pominąć także szkół wyższych,

<sup>1</sup> Cyt. za: (Niedzielska, 2011, s. 45).

<sup>2</sup> Do istotnych elementów promocji regionu należy nadawanie tytułu honorowego obywatela danego miasta, z przypisaną mu pośrednio rolę ambasadora oraz promowanie artystów związanych z regionem.

## Działalność państwowych wyższych szkół...

zwłaszcza jeżeli uwzględnimy pośrednie cele promocji, tj. zainteresowanie subproduktami lokalnymi w oparciu o przekonanie o wyróżniającej ofercie regionu ze względu na jego potencjał naukowy i kulturowy.

Pomimo niekwestionowanej roli ośrodków akademickich w promocji regionu, trudno w literaturze przedmiotu odnaleźć opracowania podejmujące tę problematykę. Brak także analiz dotyczących stosunkowo młodych uczelni, jakimi są państwowe wyższe szkoły zawodowe. Zagadnienie współdziałania tych uczelni w promocji regionu jest interesujące i istotne z perspektywy badawczej z uwagi na fakt, że uczelnie te powstały dla potrzeb europejskiego rynku pracy i w kooperacji z miejscowymi przedsiębiorcami, w przeważającej części w miastach, które na mocy reformy administracyjnej z 1997 r. utraciły status miast wojewódzkich. Pwsz-ty w pierwotnym zamyśle miały zatem spełniać dwie zasadnicze funkcje, nierozdzielnie powiązane z potrzebami regionów i w oparciu o ich potencjał, tj. kształcić w zawodach związanych z lokalnymi potrzebami oraz podnieść status „zdegradowanych” miast wojewódzkich. Odpowiedź na pytanie, na ile odegrały one swoją rolę w tym zakresie wymagałaby szczegółowych, odrębnych analiz, znacznie przekraczających rozmiar niniejszego opracowania. W tym miejscu wskazać jedynie należy, iż uczelnie te jako ośrodki kształcenia zawodowego wpisały się w lokalną gospodarkę „wychodząc naprzeciw intelektualnym aspiracjom mieszkańców regionu i dynamicznym potrzebom współczesnego rynku pracy” (Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu..., 2014, s. 33).

### **Zintegrowana współpraca z samorządem lokalnym**

Współpraca z podmiotami regionalnymi ma strategiczne znaczenie dla rozwoju uczelni zawodowych, albowiem od jej rodzaju i poziomu uzależniona jest jakość kształcenia oraz kierunki rozwoju uczelni. Jak czytamy w strategii PWSZ w Nowym Sączu: „otwarcie na dialog z samorządami lokalnymi i regionalnymi” oraz „współpraca z [...] zewnętrznymi pracodawcami regionu” stanowią podstawowe warunki sprzyjające rozwojowi uczelni (Tamże, s. 29) oraz wpływają na przyjętą przez uczelnię politykę jakości<sup>3</sup>. Zatem już wstępna analiza zagadnienia pozwala zauważyć ścisłą i niekwestionowaną zależność pomiędzy realizacją celów strategicznych pwsz-tów, a współpracą z samorzą-

---

<sup>3</sup> W dokumentach strategicznych PWSZ w Koninie czytamy: „Polityka jakości zakłada współpracę z przedsiębiorcami, administracją samorządową, organizacjami pozarządowymi i innymi uczelniami [...]” (Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie..., 2013, s. 6).

dem lokalnym i środowiskiem społeczno-gospodarczym subregionu oraz regionu. Tym samym działania uczelni wpisują się w strategię rozwoju społeczno-gospodarczego danego regionu (miasta, powiatu, województwa) (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu, 2017).

W działaniach promujących region mieszczą się przede wszystkim usługi edukacyjne i kulturalne pwsz-tów. Podstawowa działalność uczelni zawodowych koncentruje się, z wiadomych względów, na tworzeniu atrakcyjnej oferty edukacyjnej oraz naukowej (głównie w postaci projektów naukowych, konferencji, publikacji naukowych, bazy bibliotecznej) adekwatnej do potrzeb społeczności lokalnej i mieszkańców regionu. Oferta państwowych wyższych szkół zawodowych ma jednak w odróżnieniu od innych usług regionalnych charakter niejednorodny i trudno zsynchronizować jej popyt oraz podaż (Sargeant, 2004, s. 37). Niemniej, w podstawowym założeniu stanowi ona odpowiedź na potrzeby lokalnego i regionalnego rynku pracy, a „dobry kontakt z otoczeniem społeczno-gospodarczym” uznawany jest za mocną stronę uczelni (Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie..., s. 4). Monitorowanie aktualnych i potencjalnych potrzeb poszczególnych grup odbiorców i przygotowanie właściwej oferty ma znaczenie zarówno dla uczelni, jak i rozwoju regionalnych firm, co w sposób pośredni przyczynia się także do realizacji zadań samorządów. Pwsz-ty przygotowują i realizują ofertę kształcenia w porozumieniu z firmami i przedsiębiorstwami działającymi na terenie danego miasta i w jego okręgu, co w założeniu ma pomagać absolwentom w znalezieniu pracy. Działania te wspierają funkcjonujące w strukturach pwsz-tów biura karier<sup>4</sup> oraz ośrodki badań regionalnych. Ponadto pwsz-ty współpracują „z organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz rozwoju regionalnego” (Sadowski, 2011, s. 37). Są wśród nich inkubatory przedsiębiorczości i technologiczne, stowarzyszenia przedsiębiorców oraz klastry. Dodać należy, iż współpraca z trzecim sektorem<sup>5</sup> należy także do zadań własnych gminy (Tamże, s. 38).

---

<sup>4</sup> Na stronie PWSZ w Nowym Sączu znajdujemy informacje dotyczące zadań akademickich biur karier: „Biura Karier w większości funkcjonują jako instytucje pośrednictwa pracy oraz instytucje poradnictwa zawodowego. Ich głównym celem jest pomoc studentom i absolwentom w efektywnym wejściu na współczesny rynek pracy” (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu..., 2017).

<sup>5</sup> Trzeci sektor (organizacje *non profit*; organizacje pozarządowe) definiuje się jako „wszystkie formy działań społecznych mieszczące się pomiędzy państwem a rynkiem”. I zalicza się do niego: stowarzyszenia, fundacje, kluby sportowe, spółdzielnie socjalne, spółki dochodowe, partie polityczne, związki zawodowe, izby gospodarcze i rzemieślnicze, organizacje kościelne (*ngo.pl*, 2017; Sadowski, 2011, s. 38).

### **Symbolle regionu w systemach identyfikacji wizualnej**

Specjalnego znaczenia w kontekście promocji regionalnej nabierają działania marketingowe oraz promocyjne tychże uczelni. Zauważyć tu można pewną prawidłowość: im silniejsza marka, zwłaszcza kulturowa, regionu, tym chętniej uczelnia odwołuje się do jej symboli i emocjonalnych skojarzeń. Wiadocznym jest to zwłaszcza w elementach wizualizacji uczelni, takich jak godło, logo<sup>6</sup> czy kolorystyka oraz w działaniach promocyjnych nawiązujących do historii i tradycji regionu.

Aktualnie elementy symboliki regionu stosuje w swoich systemach identyfikacji wizualnej 17 pwsz-tów, których koncepcje graficzne można podzielić na pięć charakterystycznych typów:

1. Nawiązania do herbu miasta lub powiatu (Chełm, Ciechanów, Gniezno, Jelenia Góra, Kalisz, Konin, Nysa, Opole, Sanok, Walcz).
2. Nawiązania do charakterystycznych elementów architektury miasta i jego zabytków (Oświęcim, Płock).
3. Nawiązania do siedziby uczelni – budynek (Legnica, Łomża).
4. Nawiązania do symboli regionu – artefakty fizyczne (Nowy Targ).
5. Nawiązania do cech geograficznych miasta i regionu (Nowy Sącz, Wałbrzych).

Wykorzystanie w logo uczelni podstawowych symboli miasta, zwłaszcza herbu, stanowi szczególną i wyrazistą egzemplifikację związków uczelni z danym terytorium. Elementy te zastosowała w systemie wizualizacji m.in. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie (ryc. 1), która umieściła w logo uczelni głowę konia (nawiązując tym samym do herbu Konina i nazwy miasta) oraz Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu, w której logo znalazł się tur w koronie, na złotym tle w formie starożytnej monety (symbol Ziemi Kaliskiej sięgający korzeniami czasów starożytnych<sup>7</sup>, ryc. 2). Podobnie postąpiły władze Karkonoskiej Pań-

---

<sup>6</sup> Pod pojęciem „godła” rozumie się tu graficzny symbol przynależności osoby lub podmiotu do określonej grupy prawnej lub społecznej (znak wyróżniający, rozpoznawczy, emblemat) (Szymczak, 1995, s. 631; Bańkowski, 2000, s. 445). Natomiast „logo” (znak marki) „jest to graficzne przedstawienie marki produktu, znaku firmowego i innych symboli [...]”. Stanowi ono rodzaj znaku towarowego służącego promocji i reklamie (Sztucki, 1998, s. 153). W praktyce większość uczelni stosuje w swoich systemach wizualizacji ten sam znak graficzny jako godło i logo oraz używa w księgach znaku wymiennie obu określeń. Wśród pwsz-tów PWSZ w Oświęcimiu oraz PWSZ w Wałbrzychu posiadają odmienne godło i logo.

<sup>7</sup> Jak czytamy na stronie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Kaliszu symbolikę godła należy rozumieć następująco: „[...] godło Szkoły wszystkimi elementami nawiązuje do Wielkopolski. Tur – symbol jej południowej części w starożytnej stylizacji jest to świadectwo siły i wieku miasta. Wolne, uparte zwierzę w złotej koronie i tło z zancem kruszcu – przynależ-

## Małgorzata Bańkowska

stwowej Szkoły Wyższej w Jeleniej Górze, które wykorzystwały w systemie identyfikacji wizualnej elementy regionalnej stylistyki oraz nawiązały do herbu miasta. Logo uczelni przedstawia otwartą księgę z rysunkiem postaci jelenia, odwołując się tym samym do herbu miasta (ryc. 3). Podobne rozwiązania odnajdujemy także w logotypach uczelni w Chełmie (ryc. 4), Ciechanowie (ryc. 5), Gnieźnie (ryc. 6), Nysie (ryc. 7), Sanoku (ryc. 8), Walczu (ryc. 9) oraz w Opolu (ryc. 10).

**Ryc. 1.** Logo PWSZ w Koninie



Źródło:

<http://www.pwsz.konin.edu.pl/>

**Ryc. 2.** Logo PWSZ w Kaliszu



Źródło:

[http://www.pwsz.kalisz.pl/biuletyn/userfiles/file/siw-2017/Ksiega\\_SIW.pdf](http://www.pwsz.kalisz.pl/biuletyn/userfiles/file/siw-2017/Ksiega_SIW.pdf)

**Ryc. 3.** Logo KPSW w Jeleniej Górze



Źródło:

<http://www.kpswjg.pl/pl/ksiega-znaku/>

**Ryc. 4.** Logo PWSZ w Chełmie



Źródło:

<https://pwsz.chelm.pl/index.php/pl/>

---

ność do trwałych dziejów szlaku bursztynowego, następnie światłej myśli w tworzeniu szkolnictwa wyższego. Nazwa uczelni wpisana przy zewnętrznej krawędzi okręgu starej monety prezentuje lokalne tradycje i ambicje dotyczące przyszłości [...]” (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu..., 2017).

## Działalność państwowych wyższych szkół...

**Ryc. 5.** Logo PWSZ w Ciechanowie



Źródło:

[http://www.perspektywy.pl/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=114&id\\_uczelnia=37](http://www.perspektywy.pl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=114&id_uczelnia=37)

**Ryc. 6.** Logo PWSZ w Gnieźnie



Źródło:

<http://bip.pwsz-gniezno.edu.pl/32/45/witamny.html>

**Ryc. 7.** Logo PWSZ w Nysie



Źródło:

<http://www.pwsz.nysa.pl/~promocja/logo/PWSZ2011.pdf>

**Ryc. 8.** Logo PWSZ w Sanoku



Źródło:

<http://www.pwsz-sanok.edu.pl/uczelnia/dla-mediow/logotypy/>

**Ryc. 9.** Logo PWSZ w Wałczu



Źródło:

<http://www.pwsz.eu/>

**Ryc. 10.** Logo PMWSZ w Opolu



Źródło:

<http://wsm.opole.pl/2456/logo-dopobrania.html>

## Małgorzata Bańkowska

Koncepcje promocji dziedzictwa materialnego miasta przyjęli także twórcy identyfikacji wizualnej Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Oświęcimiu, którzy w elementach graficznych uczelni (godło i logo) umieścili zarys jednego z głównych zabytków miasta – zamek (ryc. 11 i 12). Podobny zabieg zastosowano w logo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku (ryc. 13), zaś elementy infrastruktury uczelni (budynek główny) odnajdujemy w logo szkoły w Legnicy (ryc. 14) i Łomży (ryc. 15).

Ryc. 11. Godło PWSZ w Oświęcimiu



Źródło:

<https://uczelnia.pwsz-oswiecim.edu.pl/uczelnia/o-uczelni/godlo-logo-i-sztandar-uczelni/>

Ryc. 12. Logo PWSZ w Oświęcimiu



Źródło:

<https://uczelnia.pwsz-oswiecim.edu.pl/uczelnia/o-uczelni/godlo-logo-i-sztandar-uczelni/>

Ryc. 13. Logo PWSZ w Płocku



Źródło:

<http://www.pwszplock.pl/>

Ryc. 14. Logo PWSZ w Legnicy



Źródło:

[http://www.pwsz.legnica.edu.pl/foto/logo\\_jpg.JPG](http://www.pwsz.legnica.edu.pl/foto/logo_jpg.JPG)



## Działalność państwowych wyższych szkół...

**Ryc. 15.** Logo PWSiP w Łomży



Źródło: <https://www.facebook.com/pwsip/>

Do kultury i symboliki regionu nawiązała także bezpośrednio Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu, która umieściła w swoim logo baczowską ciupagę (ryc. 16). Różnorodne elementy regionalizmu odnajdujemy też w znakach graficznych: Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu (ryc. 17) oraz Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Angelusa Silesiusa w Wałbrzychu (ryc. 18).

**Ryc. 16.** Logo PPWSZ w Nowym Targu      **Ryc. 17.** Logo PWSZ w Nowym Sączu



Źródło:

<https://pl-pl.facebook.com/ppwsz.edu/>



Źródło:

<http://www.pwsz-ns.edu.pl/>

**Ryc. 18.** Logo PWSZ w Wałbrzychu



Źródło: materiały PWSZ w Wałbrzychu

### Regionalna nazwa i patron

Odniesienie do tradycji regionu, jego potencjału naukowego i kulturowego, widoczne jest także w przyjmowaniu nazwy bezpośrednio odnoszącej się do regionu, jak Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu oraz Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze<sup>8</sup>.

Kolejnym elementem z zakresu promocji regionu jest wybór patronów szkoły, wśród których dominują osobowości ze świata kultury, polityki i nauki, związane z miastem lub regionem. Spośród 33 aktualnie istniejących pwsz-tów<sup>9</sup> 14 przyjęło imię patrona, z czego 13 wybrało postać związaną z regionem. Wykaz uczelni wraz z charakterystyką postaci patrona prezentuje tabela 1. Warto niejako na marginesie wspomnieć, że także wśród bibliotek pwsz-tów rodzi się tendencja do wybierania na patronów osób związanych z regionem. Pierwszą i dotychczas jedyną biblioteką, której nadano patrona jest biblioteka PWSZ w Koninie, która nosi imię zmarłego w 2015 r. prof. Mariana Walczaka, filologa i bibliotekoznawcy, wieloletniego dyrektora Państwowego Ośrodka Kształcenia Bibliotekarzy w Jarocinie oraz wykładowcy Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydziału Pedagogiczno-Artystycznego UAM w Kaliszu i PWSZ w Koninie.

**Tab. 1.** Wykaz pwsz-tów z imieniem patrona

Lp.	Nazwa uczelni	Patron
1.	Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej	Papież – Polak
2.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Hipolita Cegielskiego w Gnieźnie	Związany z Poznaniem filolog, przemysłowiec, działacz społeczny, dziennikarz i polityk
3.	Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu	Związany z Podkarpaciem (Przemysł, Miejsce Piastowe) ksiądz katolicki, pedagog, wychowawca
4.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu	Kaliszanin, Prezydent RP w latach 1922–1926
5.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigońa w Krośnie	Urodzony w Komborni, w powiecie krośnieńskim, filolog, historyk literatury

<sup>8</sup> Na marginesie rozważań o nazwie warto dodać, że PWSZ w Wałbrzychu w pierwszych latach swojej działalności posługiwała się nazwą „Humanistyczna Wałbrzyska”, która również znajdowała się w ówczesnie obowiązującym logo. Brak zainteresowania kierunkami humanistycznymi, zmiana profilu kształcenia oraz otrzymanie zgody na nadanie patrona uczelni w 2005 r. sprawiły, iż zrezygnowano z tej nazwy i usunięto ją z logo uczelni.

<sup>9</sup> Stan na wrzesień 2017 r.

## Działalność państwowych wyższych szkół...

6.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy	Związany z Legnicą fizyk, matematyk, filozof
7.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jana Amosa Komeńskiego w Lesznie	Związany z Leszmem pastor (bracia czescy) pedagog, reformator oświaty
8.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. rotmistrza Witolda Pileckiego w Oświęcimiu	Więzień obozu w Auschwitz
9.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile	Urodzony w Pile działacz oświeceniowy, publicysta, filozof
10.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jana Grodka w Sanoku	Sanoczanin, rektor Uniwersytetu Krakowskiego
11.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Edwarda Franciszka Szczepanika w Suwałkach	Urodzony w Suwałkach ekonomista, premier Rządu RP na uchodźstwie w latach 1986–1990
12.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu	Urodzony w Dzikowie (obecnie część Tarnobrzega) historyk literatury, krytyk literacki, publicysta polityczny, rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego
13.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Angelusa Silesiusa w Wałbrzychu	Właśc. Johannes Scheffler, urodzony we Wrocławiu śląski poeta religijny doby baroku
14.	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Szymona Szymonowica w Zamościu	Poeta, zmarł w Czernięcinie pod Zamościem

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych uczelni

### **Promocja nauki oraz kultury regionu (biblioteka, wydawnictwo)**

Istotny obszar działań, promujących region, stanowi aktywność kulturalna pwsz-tów, która wpisuje się w działania mające na celu upowszechnianie kultury regionalnej. Jak wynika z obserwacji i wstępnych analiz, realizowana jest ona zasadniczo w oparciu o potencjał kadrowy i zasoby bibliotek. W przedsięwzięciach promujących kulturę i czytelnictwo przeważa koncentracja na twórcach lokalnych. Działania te obejmują m.in. organizację spotkań kulturalno-artystycznych z regionalnymi twórcami i osobami ze świata nauki i kultury. Wiele z nich przybiera formę cykliczną, np. „Spotkania z Ludźmi z pasją” (PWSZ w Legnicy) czy „Kaliszanie muzycznie i nie tylko...” (PWSZ w Kaliszu). Uwagę zwraca też działalność wystawiennicza (wystawy malarstwa, grafiki, rysunków, fotografii), stanowiąca jeden z głównych obszarów kulturalnej aktywności bibliotek. W wielu uczelniach funkcjonują galerie nawiązujące w nazwie oraz formule działania do profesjonalnych instytucji tego

typu. Interesujący przykład stanowi tu Galeria Épreuve D'Artiste w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Nowym Sączu. W ramach omawianej działalności mieści się także tworzenie sal tradycji prezentujących historię uczelni<sup>10</sup> (PWSZ w Legnicy, PWSZ w Sulechowie<sup>11</sup>).

Jednocześnie biblioteki pwsz-tów, jako biblioteki akademickie, współtworzą potencjał naukowy uczelni oraz uczestniczą w jego upowszechnianiu poprzez kompletowanie księgozbiorów naukowych oraz rejestrację dorobku naukowego pracowników. W uczelniach, w których wydawnictwo znajduje się w strukturze organizacyjnej biblioteki, są one także odpowiedzialne za działalność wydawniczą<sup>12</sup>. Jej istotną częścią, obok publikowania książek (monografie, podręczniki i skrypty), jest wydawanie czasopism naukowych i biuletynów informacyjnych.

Już wstępna analiza repertuaru wydawniczego wydawnictw pwsz-tów pokazuje, że tematyka regionalna jest powszechnie obecna w publikacjach uczelnianych. Jednym z zasadniczych jej wątków jest zintegrowany rozwój miast i regionów w Unii Europejskiej. Warto jako przykłady przywołać publikacje wydane przez wydawnictwa PWSZ w Elblągu (*Fundusze unijne a rozwój regionalny* 2008; *Organizacje pozarządowe a rozwój regionalny* 2011) i w Nowym Sączu (*Polska, miasta i regiony – konkurencyjne, innowacyjne, dynamiczne?* 2016). Wzmocnieniem tych proregionalnych działań jest wydawanie, samodzielne lub w kooperacji z innymi instytucjami, w tym także samorządami i towarzystwami naukowymi, periodyków naukowych o profilu regionalnym. Znajdują się wśród nich czasopisma punktowane przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Także w grupie biuletynów uczelnianych odnaleźć można tytuły promujące region. Przykładem jest „Bialski Przegląd Akademicki”, wydawany przez Państwową Szkołę Wyższą w Białej Podlaskiej. Listę czasopism o charakterze regionalnym wraz z punktacją MNiSW zawiera tabela 2.

---

<sup>10</sup> Także władze PWSZ w Kaliszu na przełomie 2016/2017 roku planowały, wzorem innych uczelni, przygotowanie sali prezentującej historię i dorobek uczelni. Projekt nie został jednak zrealizowany.

<sup>11</sup> 1 września 2017 r. PWSZ w Sulechowie został przekształcony w Wydział Zamiejscowy Uniwersytetu Zielonogórskiego. Sala tradycji tworzona przez bibliotekę została utrzymana w nowej strukturze organizacyjnej.

<sup>12</sup> W państwowych wyższych szkołach zawodowych funkcjonują dwa modele organizacyjne wydawnictw. W modelu pierwszym wydawnictwo stanowi samodzielną komórkę organizacyjną uczelni, w modelu drugim wydawnictwo jest częścią struktury organizacyjnej biblioteki.

## Działalność państwowych wyższych szkół...

**Tab. 2.** Czasopisma naukowe i informacyjne o charakterze regionalnym wydawane przez pwsz-ty

Lp.	Tytuł	Wydawca	Liczba punktów (2017)
1.	„Bialski Przegląd Akademicki”	PSW w Białej Podlaskiej	–
2.	„Jarosławskie Studia Społeczne”	PWST-E w Jarosławiu	–
3.	„Konińskie Studia Językowe”	PWSZ w Koninie	6
4.	„Konińskie Studia Społeczno-Ekonomiczne”	PWSZ w Koninie	–
5.	„Podkarpackie Forum Filologiczne”	PWST-E w Jarosławiu	–
6.	„Rocznik Koniński”	PWSZ w Koninie	–
7.	„Rocznik Przemyski. Historia”	PWSW w Przemyślu; Towarzystwo Przyjaciół Nauk w Przemyślu	5
8.	„Rocznik Przemyski. Literatura i Język”	PWSW w Przemyślu; Towarzystwo Przyjaciół Nauk w Przemyślu	7
9.	„Rocznik Przemyski. Socjologia”	PWSW w Przemyślu; Towarzystwo Przyjaciół Nauk w Przemyślu	–
10.	„Sądeckie Zeszyty Naukowe”	Starostwo Powiatowe w Nowym Sączu (w radzie naukowej pracownicy PWSZ w Nowym Sączu)	–
11.	„Studia Kaliskie”	PWSZ w Kaliszu; Kaliskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk	2
12.	„Studia Lubuskie”	PWSZ w Sulechowie	4
13.	„Studia Mazowieckie”	PWSZ w Ciechanowie	6
14.	„Turystyka w Regionie”	PWSZ w Sulechowie	–
15.	„Nowa Kronika Wałbrzyska”	PWSZ w Wałbrzychu; Gmina Wałbrzych; Fundacja Museion	–

Źródło: oprac. własne na podstawie stron internetowych uczelni oraz (Bielawska & Calka, 2016, s. 123–124)

Inną formą promocji regionu jest zamieszczanie na stronie uczelni pełnych tekstów lokalnych periodyków. Na taką formę zdecydowała się Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna w Jarosławiu, która zamieszcza w dziale *e-Biblioteka* (zakładka *Regionalia*) pełne teksty dwóch czasopism lokalnych o charakterze informacyjnym („Ekspresu Jarosławskiego” i „Gazety Jarosławskiej”) oraz czasopism naukowych wydawanych przez Stowarzyszenie Miłośników Jarosławia („Acta Medica Jaroslaviensa”, „Rocz-

nik Stowarzyszenia Miłośników Jarosławia”). Co istotne, na stronie internetowej jarosławskiej uczelni opublikowane zostały ponadto cyfrowe wersje archiwalnych numerów „Biuletynu Informacyjnego Rady i Zarządu Miasta Jarosławia” z lat 1993–2009, „Kuriera Jarosławskiego” z lat 1989–1993 oraz inne materiały regionalne<sup>13</sup>. Podobne projekty promocyjne realizuje Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu, która publikuje na swojej stronie „Biuletyn Informacyjny Warmia, Mazury, UE”, wydawany przez Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego.

Ważnym miejscem deponowania dorobku naukowego są regionalne biblioteki cyfrowe. Aktualnie 10 pwsz-tów<sup>14</sup> publikuje w 5 regionalnych bibliotekach cyfrowych, które zaprezentowano w tabeli 3.

**Tab. 3.** Pwsz-ty współpracujące z regionalnymi bibliotekami cyfrowymi (stan na sierpień 2017 r.)

Lp.	Biblioteka cyfrowa	Uczelnie
1.	Bialska Biblioteka Cyfrowa	PSW w Białej Podlaskiej
2.	Chelmska Biblioteka Cyfrowa	PWSZ w Chelmie
3.	Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa	KPSW w Jeleniej Górze PWSZ w Legnicy PWSZ w Nysie PMWSZ w Opolu PWSZ w Wałbrzychu PWSZ w Głogowie
4.	Kujawsko-Pomorska Biblioteka Cyfrowa	PWSZ we Włocławku
5.	Podkarpacka Biblioteka Cyfrowa	PWSZ w Krośnie

Źródło: oprac. własne na podstawie stron internetowych bibliotek cyfrowych oraz (Bielawska & Calka, 2016, s. 119)

Deponowanie w regionalnych bibliotekach cyfrowych oraz na innych platformach open access (m.in. repozytorium Centrum Otwartej Nauki) publikacji własnych, wśród których znajdują się także prace o tematyce regionalnej, ma ogromne znaczenie nie tylko dla upowszechniania dorobku naukowego

<sup>13</sup> Znajdujemy tu m.in. cyfrową wersję *Księgi pamiątkowej poświęconej zjazdowi jubileuszowemu z okazji 50-lecia istnienia Gimnazjum I. w Jarosławiu: 1884–1934* i teksty patrona uczelni – ks. Bronisława Markiewicza (*O nymowie kasznodziejskiej*) oraz linki do strony Muzeum Jarosławskiego i Stowarzyszenia Miłośników Jarosławia.

<sup>14</sup> Nadmienić należy, że PWST-E w Jarosławiu podpisała umowę z Podkarpacką Biblioteką Cyfrową i jest członkiem konsorcjum Podkarpackiej BC, jednak nie zamieszcza tu własnych tekstów.

go i promocji uczelni, ale wpisuje się także w szeroko pojęte działania mające na celu ochronę dziedzictwa kulturowego oraz promocję regionu (Dobrzyńska-Lankosz & Jazdon, 2006, s. 41).

### Wnioski końcowe

Konstatując, w relacjach wyższych szkół zawodowych ze środowiskiem lokalnym (władze, instytucje kultury, oświaty, przedstawiciele świata biznesu, organizacje *non profit*) wyraźnie zaznacza się swoiste sprzężenie, wyrażające się wzajemnym promowaniem – celowym i zamierzonym lub będącym efektem ubocznym innych działań. W przypadku pwsz-tów współpraca z otoczeniem samorządowym, gospodarczym, oświatowym i kulturalnym połączona z promocją w środowisku lokalnym, nabiera specjalnego znaczenia, stanowi o sile uczelni i warunkuje jej rozwój. Decyduje o poziomie rekrutacji, jakości kształcenia (praktyki zawodowe) oraz przyszłości zawodowej absolwentów, ma zasadnicze znaczenie dla rozwoju pwsz-tów. Z kolei brak wsparcia ze strony władz samorządowych stanowi istotne zagrożenie dla stabilności uczelni (Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu ..., s. 28).

Powtórzmy na koniec powszechnie uznany pogląd, iż działalność uczelni wyższej kształtuje zarówno wizerunek miasta, jak i regionu, wzmacnia tożsamość kulturową oraz wpływa na zwiększenie „ruchliwości zawodowej i społecznej” (Szewczuk, Kogut-Jaworska, Ziolo, 2011, s. 32–33). Przyczynia się także do przywracania znaczenia „wartości utraconych” (zwłaszcza ekonomicznych i społecznych) (Tamże, s. 30) dawnych miast wojewódzkich. W tej perspektywie pwsz-ty stanowią jeden z elementów, wpływających na rozwój społeczny, którego zasadniczym przejawem jest permanentny wzrost „poziomu wykształcenia, świadomości obywatelskiej oraz kultury osobistej mieszkańców” (Tamże, s. 34). Sfera rozwoju społecznego, stymulowana przez ofertę edukacyjną pwsz-tów obejmuje także popularyzowanie „powszechnie uznawanych wartości etycznych, postaw i zachowań” (Tamże) oraz norm społecznych. Co ważne, obecność uczelni w mieście wpływa także na jego rozwój urbanistyczny i komunikacyjny (nowe połączenia komunikacji miejskiej i podmiejskiej dla potrzeb studentów, renowacja lub budowa nowych obiektów architektonicznych), stymuluje powstawanie zaplecza gastronomicznego, aktywizuje działania kulturalne (juwenalia, imprezy muzyczne i teatralne) oraz minimalizuje migracje zarobkowe (kształcenie fachowców, zatrudnianie absolwentów). Wreszcie osadzenie tychże uczelni w tradycji i kulturze regionu oraz budowanie ich wizerunku (spójnej identyfikacji wizualnej) w oparciu o symbole i potencjał historyczno-kulturowy regionu przyczynia się do jego promocji i zwiększenia zainteresowania regionalnymi produktami i usługami.

## Bibliografia

- Bańkowski, Andrzej (2000). *Etymologiczny słownik języka polskiego*. T. 1. Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN.
- Bielawska, Sylwia & Calka, Małgorzata (2016). Czas na digitalizację? Teoria i praktyka w państwowych wyższych szkołach zawodowych. W: M. Góralska, A. Wandel (red.), *Metody i narzędzia badań piśmiennictwa cyfrowego i jego użytkowników* (s. 111–127). Wrocław: Wydaw. Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Dobrzyńska-Lankosz, Ewa & Jazdon, Artur (2006). Dygitalizacja w polskich bibliotekach akademickich. W: *Dygitalizacja zbiorów bibliotecznych: materiały z ogólnopolskiej konferencji pt. „Dygitalizacja zbiorów bibliotecznych”, Warszawa 3–4 czerwca 2005 r.* (s. 22–48). Warszawa: Wydaw. Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich.
- Florek, Magdalena (2006). *Podstawy marketingu terytorialnego*. Poznań: Wydaw. Akademii Ekonomicznej.
- ngo.pl (2017). Pobrane 21 lipca 2017, z: <http://fakty.ngo.pl/trzeci-sektor/>
- Niedzielska, Anna (2011). Zintegrowana komunikacja marketingowa w działalności jednostek terytorialnych. W: K. Łazorko, A. Niedzielska (red.), *Kreowanie wizerunku miejsca w koncepcji marketingu terytorialnego* (s. 45–68). Częstochowa: Wydaw. Politechniki Częstochowskiej.
- Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu (2017). Pobrane 10 kwietnia 2017, z: <http://www.pwsz.elblag.pl/wspolpraca.html>.
- Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu (2017). Pobrane 18 sierpnia 2017, z: <http://www.pwsz.kalisz.pl/index.php/nowa-identyfikacja-wizualna>.
- Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu (2017). Pobrane 20 lipca 2017, z: [http://bk.pwsz-ns.edu.pl/2,1,Biuro\\_karier.htm](http://bk.pwsz-ns.edu.pl/2,1,Biuro_karier.htm).
- Rydel, Maciej (2004). Zintegrowana komunikacja marketingowa. Nowe podejście – propozycja uporządkowania pojęć. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Oeconomica*, 179, 351–359.
- Sadowski, Piotr (2011). Współpraca PWSZ w Kaliszu z organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz rozwoju regionalnego. W: K. Gomółka (red. nauk.), *Organizacje pozarządowe a rozwój regionalny* (s. 37–46). Elbląg: Wydaw. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- Sargeant, Adrian (2004). *Marketing w organizacjach non profit*. Kraków: Oficyna Wydawnicza.
- Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie na lata 2012–2020. (2013). Konin, s. 6. Pobrane 10 kwietnia 2017, z: [http://www.pwsz.konin.edu.pl/userfiles/files/zal\\_do\\_uchw\\_nr\\_104-2016-Strategia-tekst\\_ujednoczony.pdf](http://www.pwsz.konin.edu.pl/userfiles/files/zal_do_uchw_nr_104-2016-Strategia-tekst_ujednoczony.pdf).
- Strategia rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu na lata 2014–2020. (2014). Nowy Sącz, s. 33. Pobrane 10 kwietnia 2017, z: [http://www.pwsz-ns.edu.pl/images/pwsz/uczelnia/o-uczelni/strategia/strategia\\_rozwoju\\_państwowej\\_wyższej\\_szkoły\\_zawodowej\\_w\\_nowym\\_sączu\\_2014-2010.pdf](http://www.pwsz-ns.edu.pl/images/pwsz/uczelnia/o-uczelni/strategia/strategia_rozwoju_państwowej_wyższej_szkoły_zawodowej_w_nowym_sączu_2014-2010.pdf).
- Szewczuk, Adam & Kogut-Jaworska, Magdalena & Ziolo, Magdalena (2011). *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydaw. C.H. Beck.
- Szromnik, Andrzej (2007). *Marketing terytorialny: miasto i region na rynku*. Kraków: Wolters Kluwer.
- Sztucki, Tadeusz (1998). *Encyklopedia marketingu: definicje, zasady, metody*. Warszawa: Placet.
- Szymczak Mieczysław (red. nauk.) (1995). *Słownik języka polskiego PWN*. T. 1. Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN.



### **The activities of state vocational schools for the promotion of the region, with particular emphasis on the role of the library and the publishing house.**

**ABSTRACT:** The analysis contributes to further research by the author on the participation of state vocational colleges (PWSZ) in promoting the region. The aim of the study is to show the relationship between the vocational education of the state higher education institutions, based on cooperation with the local environment and the strengthening of the regional identity. The article discusses selected elements of scientific, didactic, cultural and promotional activities that influence the building of the city's brand (college seat) and the region, also highlighted the participation of the school's library and the publishing house in the process.

**KEYWORDS:** territorial marketing, regional identity, promotion, city's brand, state vocational colleges, academic library, publishing house