

Data przesłania artykułu: 13 IV 2021

Data przyjęcia artykułu do druku: 16 VII 2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.12775/AKZ.2021.002>



MARLENA JABŁOŃSKA

(Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)

ROLA NOWOCZESNEGO ARCHIWUM UCZELNIANEGO W BUDOWANIU TOŻSAMOŚCI SZKOŁY WYŻSZEJ

Słowa kluczowe

archiwum uniwersyteckie, archiwum szkoły wyższej, archiwum uczelniane, szkoła wyższa, uniwersytet, uczelnia, tożsamość szkoły wyższej, promocja uczelni

Keywords

university archive, higher education institution archive, college archive, university, higher education, university's identity, university promotion

Streszczenie

Archiwa szkół wyższych to jednostki organizacyjne, których zadaniem jest zabezpieczenie dokumentacji wytworzonej przez szkołę po okresie jej bieżącego wykorzystania, ale także zabezpieczenie materiałów dokumentujących najważniejsze dla uczelni wydarzenia. Są miejscem, w którym teraźniejszość łączy się z przeszłością, technologia z tradycją, a historia z bieżącą pracą administracyjną. Te atrybuty sprawiają, że archiwa odgrywają istotną rolę w procesie zachowania pamięci, budowania tożsamo-



Marlena Jabłońska, doktor hab. prof. UMK. Prodziekan ds. Kształcenia i Spraw Studenckich WNH UMK. Specjalistka w zakresie komunikacji społecznej i public relations archiwów oraz metodyki opracowania zasobu archiwalnego, ze szczególnym uwzględnieniem dokumentacji nieaktowej. Autorka książek i artykułów naukowych, w tym m.in. syntezy *Nowe wyzwania archiwów. Komunikacja społeczna i public relations* (Toruń 2016).

E-mail: mjablon@umk.pl

ORCID ID: 0000-0001-7189-9007

ści i kształtowania wizerunku szkoły wyższej. Ich aktywna rola, współpraca z innymi podmiotami, zaangażowanie i wiedza pracowników oraz umiejętności wykorzystania dostępnych technologii komunikacyjnych definiują nowoczesne archiwum uczelniane. W artykule omówiono przykłady ilustrujące postawę proaktywną archiwów, które wpisują się idealnie w założenia teoretyczne działań wizerunkowych uczelni, przedstawiono ciekawe projekty i nieoczywiste inicjatywy.

Summary

The role of a modern university archive in building the identity of a university

Archives of universities are organizational units whose task is to secure records created by the school, after its current use, but also to secure materials documenting events most important for the university. They are places where the present meets the past, technology meets tradition, and history meets current administrative work. These attributes mean that these archives play an important role in the process of preserving memory, building identity and shaping the image of a university. Their active role, cooperation with other entities, commitment and knowledge of employees as well as the ability to use available communication technologies define the modern university archive. The article discusses examples illustrating the proactive attitude of archives that fit perfectly into the theoretical agenda of image-building activities of a university; some interesting projects and not obvious initiatives were presented.

W strukturze uczelni wyższej archiwum stanowi jednostkę organizacyjną, której zadaniem podstawowym jest zabezpieczenie dokumentacji wytworzonej przez szkołę po okresie jej bieżącego wykorzystania, ale również zabezpieczenie materiałów dokumentujących najważniejsze dla uczelni wydarzenia. Zatem archiwum jest miejscem, w którym teraźniejszość łączy się z przeszłością, technologia z tradycją, a historia z bieżącą pracą administracyjną.

Z punktu widzenia prawa archiwalnego archiwum uczelniane łączy w swej działalności zadania archiwum bieżącego oraz historycznego. Jest to bowiem archiwum z powierzonym zasobem, które w swych magazynach i na swoich serwerach przechowuje dokumentację o czasowym okresie przechowywania wraz z materiałami archiwalnymi jako ich wieczysty dysponent¹. Nadzór nad archiwum, które najczęściej stanowi ogólnouczelnianą jednostkę organizacyjną, sprawują z jednej strony władze uczelni, a z drugiej – właściwe terytorialnie archiwum państwowe. Kwestie związane z funkcjonowaniem jednostki są określone zwyczajowo w statucie uczelni oraz w regulaminie organizacyjnym.

¹ Degen, „Archiwum uniwersytetu”, 25.

Do podstawowych zadań archiwum należy gromadzenie, przechowywanie, opracowanie oraz udostępnianie zgromadzonej dokumentacji, ale także współpraca z komórkami organizacyjnymi uczelni, prowadzenie działalności naukowej i popularyzatorskiej oraz podejmowanie działań, których celem jest wywoływanie źródeł i dokumentowanie dziejów instytucji. Tak definiowane archiwum odgrywa ważną rolę w budowaniu tożsamości uczelni, zabezpieczaniu i ilustrowaniu jej przeszłości oraz kształtowaniu świadomości wspólnoty akademickiej poprzez zachowanie ciągłości trwania, tradycji i obyczajów. Współczesna pozycja archiwów uczelnianych została ukształtowana na przestrzeni dziesięcioleci². Ich status w strukturze szkoły wyższej, a także ich zasób zależy od dziejów uczelni, profilu jej działalności, świadomości jej władz o potrzebie dokumentowania i zabezpieczania śladów aktywności, ale także samych pracowników archiwum i ich zaangażowania w swoją pracę³.

Celem artykułu jest pokazanie, jaką rolę w kształtowaniu tożsamości szkoły wyższej mogą odgrywać archiwa uczelniane i w jakim zakresie podejmowane przez nie działania mogą wpisywać się w ich strategię wizerunkowe. Rozważania zostały oparte na doświadczeniach wybranych archiwów uniwersyteckich i poprzedzone teoretycznym wykładem na temat promocji szkół wyższych.

W myśl ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce misją systemu szkolnictwa wyższego i nauki w Polsce jest prowadzenie najwyższej jakości kształcenia oraz działalności naukowej, kształtowanie postaw obywatelskich, a także uczestnictwo w rozwoju społecznym oraz tworzeniu gospodarki opartej na innowacjach⁴. Szkoły wyższe powołane są do kształcenia na studiach, studiach podyplomowych i innych formach kształcenia studentów, doktorantów i kadr uczelni, w tym również osób niepełnosprawnych, prowadzenia działalności naukowej i świadczenia usług badawczych oraz transferu wiedzy i technologii do gospodarki. Szkoły wyższe zobowiązane są do upowszechniania i pomnażania osiągnięć nauki i kultury, w tym przez gromadzenie i udostępnianie zbiorów bibliotecznych, informacyjnych i archiwalnych, oraz do prowadzenia działań na rzecz społeczności lokalnych i regionalnych. Realizując powierzone im zadania, uczelnie wyższe umacniają swoją pozycję w otoczeniu, zabiegają o rozgłos i budują określony wizerunek placówki. Kształtują również jej tożsamość, gromadzą publiczność, a także zapisują karty swojej historii. Toż-

² Moraczewska, *Kancelaria i archiwa uniwersyteckie*.

³ Suleja, „Wpisani w uniwersytecką tradycję”, 210–1.

⁴ „Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie”.

samość szkoły wyższej to inaczej jej osobowość. To zbiór cech, które ją wyróżniają i sprawiają, że jest łatwa do identyfikacji, charakterystyczna, rozpoznawalna. Charakterystyka szkoły wyższej określa także jej przynależność do określonych grup uczelni, które posiadają cechy zbieżne, wspólnie akceptowane i wzajemnie sobie bliskie. Tożsamość wyraża się również przez skodyfikowane wzorce postępowania i określone zasady komunikacji, które wskazują na wyznawany system wartości⁵. W procesie tworzenia tożsamości uczelni udział bierze zarówno kadra, która prowadząc badania naukowe i kształcąc studentów, identyfikuje określone wartości i je promuje, a także studenci poprzez swoją postawę w czasie studiów i po ich zakończeniu oraz władze uczelni i pracownicy administracji, którzy wdrażając określone programy i podejmując zaplanowane działania, wpływają na sposób odbierania szkoły i kształtują jej indywidualny obraz w grupach docelowych.

Sposób postrzegania uczelni może być rozpatrywany z perspektyw: socjologicznej, geograficzno-architektonicznej, naukowo-kulturowej i ekonomicznej⁶. Bez wątpienia jej wizerunek winien emanować: stabilnością, ciągłością kultury, niepowtarzalną atmosferą związaną ze studiowaniem i troską o wszechstronny rozwój studentów. Jego determinantem powinien być wysoki poziom prowadzonych prac naukowych, osiągnięcia w obszarze dydaktyki oraz umiędzynarodowienie realizowanych działań. W procesie budowania wizerunku szkoły wyższej nie można też pominąć kwestii stereotypów oraz pozycji marki uczelni, i to zarówno tej opartej na twardych danych, takich jak rankingi, jak i na subiektywizmie i uznaniowości. W literaturze przedmiotu zostały określone obszary stanowiące sumę wyobrażeń na temat wizerunku szkoły wyższej⁷. Po pierwsze to jakość kształcenia, czyli kwalifikacje i osiągnięcia kadry nauczającej, atrakcyjne i zgodne z wymogami współczesności programy nauczania, efektywne metody uczenia, akredytacje, certyfikaty, dyplomy i świadectwa. W zasobie archiwum uczelnianego jest wiele dowodów na jakość kształcenia – certyfikaty, dyplomy czy świadectwa stanowią cenne źródło informacji o poziomie kształcenia i osiągnięciach dydaktycznych. Mogą być ilustracją, ale też potwierdzeniem jakości kształcenia. Po drugie to siedziba uczelni, jej lokalizacja, kampus, budynek, wyposażenie, a także dostęp do pomocy dydaktycznych, biblioteki i sprzętu komputerowego. I tutaj również zasób archiwum uczelnianego może przysporzyć materiału ilustra-

⁵ Stachura, „Elementy wizerunku szkoły wyższej”, 361.

⁶ Dworak, „Wizerunek szkoły wyższej”, 107–19.

⁷ Stachura, „Elementy wizerunku szkoły wyższej”, 362–3.

cyjnego i informacyjnego. Fotografie i filmy archiwalne doskonale bowiem ukazują, jak zmienia się uczelnia oraz jak rozbudowuje się jej infrastruktura i unowocześnia baza dydaktyczna. Ciekawie i twórczo wykorzystany zasób uczelni z pewnością może stanowić jej silny atut. Trzecim elementem budującym wizerunek uczelni jest etos akademicki. Obszar bardzo istotny z uwagi na temat niniejszych rozważań, gdyż obejmuje on szacunek do przeszłości, respektowanie i nawiązywanie do tradycji akademickiej, a także dobre relacje wewnątrz uczelni i współdziałanie wszystkich jej komórek. To także podejmowane badania naukowe i uzyskiwanie cenień wyników, utrzymywanie kontaktów oraz współpraca z najlepszymi uczelniami. Archiwa uczelniane i w tym obszarze mogą bardzo mocno wspierać komunikację z otoczeniem, dysponują bowiem unikatowymi aktami osobowymi najwybitniejszych pracowników, studentów i absolwentów oraz zawartymi w nich informacjami, ale także gromadzą dokumentację badań naukowych, projektów badawczych, grantów, wymiany akademickiej, a wszystko to zarówno w wymiarze lokalnym, jak i międzynarodowym. Kolejny, czwarty obszar to pozycja w otoczeniu konkurencyjnym, czyli wspomniane już miejsce w rankingach, kontakty i współpraca zagraniczna, aktywność w mieście i regionie, wielkość uczelni, a także liczba studentów. Zasób archiwum stanowi również ilustracja wydarzeń o różnym charakterze, organizowanych i współorganizowanych z otoczeniem uczelni. Do tego obszaru zaliczamy też dane statystyczne dotyczące liczby pracowników, studentów, absolwentów – przedstawiane w różnej konfiguracji i z różnej perspektywy. To znów przeszłość, która pozwala stworzyć tło dla teraźniejszości, oraz dowód pozycji i aktywności uczelni. Istotne z punktu widzenia postrzegania uczelni są również ekonomiczne warunki studiowania, a tu z jednej strony odpłatność za studia, a z drugiej – system stypendialny. Nie bez znaczenia pozostaje kwestia komunikacji z otoczeniem, która stanowi kolejny obszar istotny z punktu widzenia wizerunku uczelni. Składa się na niego system identyfikacji wizualnej i jego dostępność, m.in.: tablice kierunkowe, bilbordy i plakaty w mieście, ulotki, informatory, strony internetowe i profile w mediach społecznościowych. Tutaj również do zagospodarowania jest zasób archiwum uczelnianego i jego aktywność. Ponadto istotne znaczenie mają podejmowane działania komunikacyjne, takie jak: dni otwarte, akcje rekrutacyjne, wizyty w szkołach, akcje charytatywne, utrzymywanie kontaktów z absolwentami oraz obecność w mediach. I wreszcie ostatni, choć nie mniej istotny obszar, a mianowicie życie studenckie, atmosfera i aktywność społeczności akademickiej, dostęp do infrastruktury sportowej, wsparcie

uczelni w organizacji studenckich imprez, działalność naukowa studentów, praktyki i samorząd. W zasobie archiwum uczelnianego odnaleźć można wiele materiałów, które pokazują, jak dawniej wyglądała organizacja juwenaliów, jak przed laty działał samorząd i studencka spółdzielczość, jak funkcjonowały koła naukowe oraz gdzie odbywały się praktyki studenckie i zajęcia terenowe. Obrazy te utrwalone w obiektywie i zapisane w aktach własnych uczelni są dziś dostępne w zasobach archiwum. Wyznaczenie tych obszarów jest bardzo ważne przy opracowaniu strategii wizerunkowych uczelni i pracy nad jej pozytywnym odbiorem, pozwala bowiem określić sfery aktywności i postawić akcenty w komunikacji z otoczeniem zewnętrznym. Wizerunek jest jednak zmienny i o tym nie należy zapominać. W przypadku uczelni wyższej opiera się on na wartościach niematerialnych, które są trudne do wykreowania i weryfikacji, a zachodzące wewnątrz uczelni zmiany oraz dynamiczne otoczenie potęgują jeszcze ten proces.

Szkoły wyższe – choć nie tylko, bo archiwa, biblioteki, muzea, organizacje różnego typu również – coraz częściej znajdują się w zasięgu retoryki produktywnej⁸. W kontekście rozważań nad ich organizacją i funkcjonowaniem dostrzec można podobieństwa do świata marketingu. Mowa jest o produktach, markach, klientach, konkurencji i promocji, optymalizacji działań, przeobrażeniach i strategiach zarządzania. Dla szkół wyższych opracowana została także kompozycja marketingowa opierająca się na założeniach *promotion mix*. Są to działania, które realizują najczęściej w ramach uczelni działy informacji i promocji, ale z wykorzystaniem potencjału całej uczelni, w tym także zasobu i aktywności archiwum uczelnianego. To ono bowiem daje możliwość pokazania przeszłości z myślą o przyszłości. Zgromadzona dokumentacja to wysmienity materiał informacyjny, wielka księga dziejów, ale także niepowtarzalny materiał ilustracyjny, estetyczny i oryginalny. *Promotion mix* składa się z pięciu głównych instrumentów oddziaływania na rynek: reklama (*advertising*); marketing bezpośredni (*direct marketing*); promocja sprzedaży (*sales promotion*); *public relations* (stosunki z otoczeniem, rozgłos); sprzedaż osobista (*persona selling*)⁹. Reklama jest odpłatną formą komunikowania z otoczeniem. Obejmuje ona materiały publikowane w mediach tradycyjnych, a także w internecie oraz szereg tzw. działań wspomagających, jak m.in.: bilbordy, plakaty, ekrany (emisja filmów reklamowych), formy przestrzenne, transparenty, reklamy malowane na budynkach, reklama na środkach transportu, reklama

⁸ Graszewicz i Lewiński, „Wizerunek Uniwersytetu Wrocławskiego”, 9.

⁹ Pabian, „Promocja szkoły wyższej”, 138.

na odzież, neony, flagi czy interaktywne banery internetowe. Marketing bezpośredni nie wymaga kontaktów przy użyciu środków masowego przekazu, jak to występuje w przypadku reklamy, ale umożliwia uczelni dotarcie z informacją o swoich usługach bezpośrednio do ich potencjalnych i realnych odbiorców. W tej grupie narzędzi wymienia się m.in.: informatory dotyczące uczelni jako całości lub jej poszczególnych wydziałów; foldery i ulotki reklamowe; listy i pocztówki reklamowe; filmy i materiały promujące uczelnię przekazywane w postaci cyfrowej, tzw. reklama interaktywna; strona internetowa szkoły, system obsługi studiów, dostępne aplikacje mobilne, rejestracja online oraz powszechne wykorzystanie poczty elektronicznej. W przypadku *public relations* stawia się na budowanie relacji z otoczeniem i dbanie o rozgłos uczelni, informowanie o jej aktywności, osiągnięciach, dobrych praktykach oraz planach na przyszłość¹⁰. Wśród narzędzi oddziałujących na jej otoczenie w ramach *public relations* uczelni wyróżnia się: komunikaty przekazywane prasie, radiu i telewizji dotyczące ważnych wydarzeń w uczelni; prowadzenie na jej terenie lub z jej inicjatywy działalności charytatywnej (akcje dobroczynne i społeczne); sponsoring, w tym finansowanie imprez, nie tylko uniwersyteckich, klubów sportowych, fundowanie nagród w konkursach związanych z uczelnią; wydawanie czasopism, biuletynów, gazetek oraz innych wydawnictw opisujących działalność uczelni; lobbying; uczestnictwo w imprezach obcych i organizowanie własnych (festiwal nauki, drzwi otwarte, targi edukacji); opracowanie jednorodnej identyfikacji wizualnej uczelni. Celem promocji sprzedaży i sprzedaży osobistej, jako kolejnych elementów *promotion mix*, w przypadku uczelni jest zwiększenie zainteresowania jej ofertą dydaktyczną potencjalnych studentów. Specjalnie przygotowane korzyści zwiększają atrakcyjność szkoły, a co za tym idzie – sprawiają, że jest ona bardziej konkurencyjna i atrakcyjna dla kandydatów.

Nie bez znaczenia w obszarze kształtowania wizerunku i tożsamości uczelni pozostaje kwestia kultury organizacyjnej¹¹ rozumianej jako system norm i katalog zasad postępowania charakterystyczny dla organizacji, której składową są: kultura informacyjna, kultura komunikacyjna oraz kultura dokumentacyjna. Kultura informacyjna to wiedza, nawyki, umiejętności odnoszące się do informacji traktowanej jako składnik rzeczywistości otaczającej człowieka. Kultura komunikacyjna to wykorzystywane kanały i formy kontaktowania się wewnątrz i na zewnątrz organizacji, czyli sposoby i metody

¹⁰ Peszko, „Kształtowanie wizerunku i tożsamości”, 410–2.

¹¹ Roman, *Współczesna kultura dokumentacyjna*, 36–9.

przekazywania informacji. Natomiast kultura dokumentacyjna to ogół postaw i zachowań twórców i użytkowników dokumentacji, czyli osób odpowiedzialnych za rejestrowanie działalności instytucji w różnej formie i w wielu jej przejawach oraz tych, którzy z tych materialnych śladów muszą lub chcą korzystać. I tu pojawia się ponownie duża przestrzeń dla działalności archiwów uczelnianych, które z jednej strony dbają w ramach swojej funkcji nadzorczej i koordynacyjnej o jakość wytwarzanej dokumentacji, a z drugiej strony ją gromadzą, przechowują, opracowują i udostępniają, czasem także wywołują źródła w celu dopełnienia zebranego w toku działalności uczelni materiału źródłowego. To właśnie w zasobie archiwum odnaleźć można najcenniejsze i najważniejsze dla historii i tożsamości uniwersytetu materiały, które pokazują, skąd jego społeczność się wywodzi i jaką drogą kroczy, bo właśnie tam przeszłość symbolicznie przenika się z teraźniejszością.

Poszukując cech nowoczesnego archiwum uniwersyteckiego, należy zwrócić uwagę na jego organizację, pozycję w strukturze uczelni, metody i narzędzia pracy, infrastrukturę, a także wykorzystywane narzędzia komunikacji z otoczeniem zewnętrznym. Najważniejsza jednak jest postawa archiwum. Im bardziej jest ona otwarta, sprawcza, inicjatywna, im częściej archiwum kreuje przestrzeń swojej działalności, penetruje nowe obszary, angażuje się w niecodzienne przedsięwzięcia, tym bardziej dowodzi swojej nowoczesności. Dziś już nie tylko liczba komputerów i baz danych czy też bajty zdigitalizowanych materiałów decydują o nowoczesności czy archaiczności jednostki, ale właśnie postawa i odwaga w działaniu. W grupie archiwów uniwersyteckich szczególnie na tym polu wyróżnia się Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego (AUJ), jedno z najstarszych i największych archiwów szkół wyższych nie tylko w Polsce, ale i na świecie, którego historia ściśle wiąże się z dziejami uniwersytetu i sięga XIV wieku, okresu powstania krakowskiego Studium Generale¹². Jego zasób liczy ponad sześć tysięcy metrów bieżących, a w magazynach odnaleźć można następujące akta: urzędu rektora, zgromadzenia ogólnego uniwersytetu, senatu, wydziałów, kolegiów, burs, katedr, prokuratora, kwestury i całej administracji oraz uniwersyteckich beneficjów i fundacji. Z czasem zasób uzupełniły akta seminariów, zakładów, instytutów, kierunków i specjalizacji studiów, a także masowe akta studenckie. Ważną i ciekawą dokumentację stanowią również materiały ilustrujące życie społeczne, kulturalne i polityczne środowiska studenckiego i profesorskiego w Krakowie na przestrzeni wieków.

¹² „Historia Archiwum UJ”.

Zasób ten wykorzystywany jest przez szerokie grono historyków, badaczy dziejów oświaty, kultury, nauki i biografistyki polskiej, socjologów, demografów, historyków sztuki, badaczy historii Kościoła katolickiego czy znawców zagadnień gospodarczych. Dokumentacja jest gromadzona i udostępniana do celów naukowych, dydaktycznych i popularyzatorskich jako wyśmienity materiał ilustrujący dzieje uczelni i jej społeczności. Archiwum nie tylko udostępnia zasób w swojej pracowni naukowej stałym grupom użytkowników, ale też inicjuje przedsięwzięcia, które mają na celu poszerzenie grona zainteresowanych, a tym samym realnie wpływa na obraz własny i uniwersytetu, kształtując jego tożsamość.

Wśród inicjatyw podejmowanych przez Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego należy wyróżnić projekt *Pamięć uniwersytetu*, który doskonale ilustruje interakcje zachodzące pomiędzy archiwum a jego otoczeniem¹³. Został on zainicjowany w styczniu 2010 r. przez Bogusława Sławińskiego i Macieja Zborka, pracowników Oddziału Dokumentacji Audiowizualnej Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. Pomysłodawców wspierał przez lata, realizując projekt, Andrzej Hytroś – operator obrazu. Celem projektu jest przeprowadzenie zarejestrowanych w formie filmów wywiadów z profesorami, pracownikami i absolwentami uniwersytetu, a tym samym stworzenie zbiorowego obrazu czasów, w których tworzyli swoją *Almae Matris*. Portret ten jest świadectwem ciągłości, długiego trwania, różnych kolei losu i skali problemów, jednak zawsze jest świadectwem wspólnoty, społeczności skupionej wokół uczelni. Jest to swego rodzaju multimedialne źródło do dziejów Uniwersytetu Jagiellońskiego i nauki polskiej w XX i XXI w., dostępne na miejscu w archiwum, jak również poprzez kanały komunikacji internetowej, w tym stronę WWW archiwum. Filmy, za zgodą rozmówców, są wykorzystywane do celów naukowych oraz promocyjnych, do popularyzacji osiągnięć, wzmocnienia wizerunku i tożsamości Uniwersytetu Jagiellońskiego. Pełna lista filmów obejmuje 28 nagrań i jest opublikowana na stronie archiwum w zakładce projektu¹⁴. Rangę i wagę tej inicjatywy podnosi fakt objęcia jej honorowym patronatem JM Rektora Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz patronatem naukowym przez takie instytucje, jak: Polskie Towarzystwo Historyczne, Polskie Towarzystwo Fizyczne, PEN Club, Polski Instytut Antropologii, Stowarzyszenie Naukowe Archeologów Polskich.

Kolejną inicjatywą jagiellońskiego archiwum są bez wątpienia dwa projekty naukowe realizowane przez archiwistów samodzielnie oraz przy współdzia-

¹³ „Pamięć Uniwersytetu”.

¹⁴ Ibid.

le innych jednostek: *Corpus academicum Cracoviense* oraz *Corpus studiosorum Universitatis Iagellonicae*. Są to opracowania biograficzne i bibliograficzne osób związanych z krakowskim uniwersytetem. Zebrane biogramy oraz materiały źródłowe ilustrują długą i bogatą przeszłość uczelni zapisaną w dziejach jej pracowników i studentów. *Corpus academicum Cracoviense. Elektroniczna baza studentów i profesorów Uniwersytetu Krakowskiego w okresie staropolskim 1364–1780* to pięcioletni projekt finansowany ze środków Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki realizowany w latach 2013–2018¹⁵. Jego celem było stworzenie bazy źródłowej o społeczności Uniwersytetu Krakowskiego, studentach, profesorach i innych osobach związanych z uczelnią. Elektroniczna baza danych, która obejmuje 67 000 nazwisk, jest efektem współpracy Archiwum UJ i Wydziału Historycznego UJ przy wsparciu Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Dostępna jest w internecie (<https://cac.historia.uj.edu.pl/>) i obejmuje informacje z podstawowych źródeł drukowanych i rękopiśmiennych uniwersytetu, z rękopisów średniowiecznych Biblioteki Jagiellońskiej, danych pochodzących z *Polskiego słownika biograficznego*, Kartoteki Komitetu Źródeł do Dziejów Życia Umysłowego Polski XVI–XVIII w. oraz wybranych czasopism z zakresu historii filozofii i teologii. Dodatkowe dane biograficzne pochodzą ze słownika biobibliograficznego profesorów autorstwa J. Muczkowskiego i Ż. Paulego oraz z tzw. Tek Hajdukiewicza. Baza nie prezentuje gotowych biogramów. Jest zbiorem materiałów źródłowych i kontynuacją wcześniej realizowanych, ale z różnych powodów nieukończonych, projektów. Natomiast *Corpus studiosorum Universitatis Iagellonicae* to projekt wydawniczy, który obejmuje biogramy studentów z lat 1850/1851–1917/1918¹⁶. Autorami ośmiu tomów są: Mieczysław Barcik, Adam Cieślak, Paweł Gaszyński, Danuta Grodowska-Kulińska, Urszula Perkowska, Przemysław Marcin Żukowski, a redaktorem naukowym – Krzysztof Stopka¹⁷. W planach jest kontynuacja serii. Jej autorzy chcieliby doprowadzić ją do roku akademickiego 1938/1939. Publikacje zostały opracowane w oparciu o zasób Archiwum UJ, a więc przede wszystkim rodowody oraz katalogi (tzw. senacki i wydziałowy), księgi immatrykulacyjne, absolutoria i świadectwa odejścia, akta dotyczące uzyskania stopnia naukowego (doktoratu), tytułu zawodowego (magistra farmacji) i uprawnień do wykonywania pewnych zawodów (nauczyciela, pracownika administracji), teczek osobowe pracowników. Niniejsze dane zweryfikowano, wykorzystując infor-

¹⁵ „Corpus academicum Cracoviense”.

¹⁶ „Corpus studiosorum”.

¹⁷ Ibid.

macje pochodzące z innych archiwów i wcześniejszych publikacji. Docelowo biogramy studentów, poszerzone o fotografie i kopie dyplomów doktorskich, zostaną umieszczone na stronie internetowej archiwum. Projekty te pokazują ludzi związanych z UJ, społeczność uniwersytetu, którą tworzyli profesorowie wraz ze studentami, i uzasadniają potrzebę gromadzenia źródeł, jednocześnie potwierdzając ich wagę dla rekonstrukcji dziejów uniwersytetu. Tworzą obraz zbiorowy, ale też prezentują losy poszczególnych osób, opowiadając krótkie, bo zamknięte w biogramie, mikrohistorie. Oprócz samych projektów, ich autor-skiego charakteru i ogromu wykonanej pracy godny uwagi jest również sposób ich wykorzystania, dążenie do powszechnego dostępu i promocji, zdobycia jak najszerszego kręgu zainteresowanych i globalnej publiczności.

Całkowicie odmienny charakter mają działania skupione wokół projektu *Alma Radio*¹⁸. To również budowanie wspólnoty, wskrzeszanie wspomnień, wywoływanie reakcji, ale jest to kształtowanie poczucia tożsamości poprzez wspólne działanie, podtrzymywanie relacji ze środowiskiem rozgłośni i związku z samą uczelnią. Maciej Janicki, koordynator projektu, zwrócił się bowiem z prośbą do byłych pracowników, wolontariuszy, sympatyków i wszystkich osób związanych z Alma Radio, studencką rozgłośnią, o pomoc w opracowaniu kolekcji nagrań nieistniejącego już radia. Ich wspomnienia, znajomość realiów, nazwisk i funkcji stanowią bowiem dla archiwistów, ale i całego uniwersyte-tu, nieocenioną wartość. Do chwili obecnej udało się opracować 1300 audycji. Cała kolekcja liczy 1500 taśm magnetycznych, a zachowana dokumentacja ak-towa jest bardzo skromna. Radio działało w latach 1974–1993, a dzięki digita-lizacji nagrań będzie możliwość ponownego odsłuchania jego audycji. Zatem z jednej strony wspólne działania wokół projektu pozwalają podtrzymywać re-lacje z własnym otoczeniem, a z drugiej – dokumentacja zapisana w atrakcyjnej formie o dużym znaczeniu dla ukazania tożsamości uczelni i kształtowania jej obrazu w opinii odbiorców.

Działania o podobnym znaczeniu jak te przywołane powyżej, których ce-lem jest pokazanie korzeni uniwersytetu, jego tradycji i specyfiki, a przez to jego tożsamości, prowadzone są przez Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Ko-pernika w Toruniu (AUMK)¹⁹. To ogólnouczelniana jednostka organizacyjna z ponad siedemdziesięcioletnią tradycją, która realizuje zadania o naukowym, dydaktycznym i usługowym charakterze²⁰. Zasób archiwum liczy 360 169 j.a.,

¹⁸ „Alma Radio”.

¹⁹ Kierzkowska, „Archiwum UMK jako wizytówka uczelni?”, 19–25.

²⁰ „Historia Archiwum”.

co daje ponad 5000 mb. dokumentacji. Składają się na niego materiały wytworzone lub zgromadzone przez jednostki organizacyjne i władze uniwersytetu, w tym akta wydziałowe, jednostek, organizacji i stowarzyszeń uniwersyteckich, wszelkiego typu materiały źródłowe dotyczące uniwersytetu, zgromadzone lub powstałe z inicjatywy samego Archiwum UMK w ramach tzw. działalności dokumentacyjnej, materiały dotyczące organizacji i stowarzyszeń funkcjonujących na uniwersytecie, a także spuścizny i depozyty osób z nim związanych²¹. Całość zgromadzonej w archiwum dokumentacji stanowi świadectwo istnienia i zachodzących na uniwersytecie zmian, kreśli jego obraz, ilustruje jego specyfikę, charakter, zespół cech wyróżniających. Archiwum w tym ujęciu stanowi skarbnicę informacji, wiedzy o dziejach uczelni, ale także posiada materiały, które tworzą jej portret, wizytówkę kreśloną na przestrzeni lat.

Wśród podejmowanych przez archiwum oraz jednostki i osoby z nim współpracujące inicjatyw ważną rolę w budowaniu tożsamości Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu odgrywają bez wątpienia dwa projekty: *Pocztówki z przeszłości* oraz *Notatnik akademicki*. Pierwszy z nich powstał z inicjatywy Romana Tondela, ówczesnego kierownika sekcji filmowej Uniwersyteckiego Centrum Nowoczesnych Technologii Nauczania UMK, i opierał się na materiałach wytworzonych przez Studencki Twórczy Klub Filmowy „Pętla”. Na materiały te, przechowywane w uniwersyteckim archiwum, składają się amatorskie nagrania filmowe pochodzące z końca lat 50. XX w.²² Podczas pierwszej wizyty w archiwum w 2016 r. Roman Tondel zapoznał się w pracowni naukowej z treścią nagrań i zwrócił się z oficjalną prośbą o ich udostępnienie w celu przygotowania serii filmów dokumentalnych o uniwersytecie z wykorzystaniem właśnie tych materiałów archiwalnych. Krótco po tym część nagrań „Pętli”, głównie dotyczących życia i funkcjonowania uniwersytetu wraz z wybranymi fotografiami, została przekazana w formie cyfrowej w ramach współpracy między obiema jednostkami UMK²³. Pierwszy film z całego cyklu został zrealizowany i udostępniony w internecie w marcu 2018 r.²⁴ Dotychczas zostało zrealizowanych 14 filmów, które są dostępne na stronie UMK TV²⁵. Opowiadają one o początkach uczelni, budowie miasteczka aka-

²¹ Zob. szerzej: Krajniak i Supruniuk, „Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika”.

²² Studencki Twórczy Klub Filmowy „Pętla”, 309/215.

²³ Zbiór fotografii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 309/121.

²⁴ Informacje przekazane przez Jacka Waliszewskiego, pracownika Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, grudzień 2020.

²⁵ „UMK TV”.

demickiego, ważnych wydarzeniach uniwersytetu, egzaminach wstępnych, a także są zapisem wspomnień o imprezach uniwersyteckich, m.in.: juwenaliach, otrzęsinach, strajku, studenckich wyjazdach i spotkaniach z ciekawymi ludźmi, ale też o Wyścigu Pokoju i pięknych zakątkach Torunia. Cały projekt to niekonwencjonalna opowieść o dziejach UMK, licznych wydarzeniach i ludziach. To obraz uniwersytetu, który pamiętają już nieliczni, ale zobaczyć mogą wszyscy; to sentymalna podróż, lekcja historii, a przede wszystkim kształtowanie tożsamości i poczucia wspólnoty oraz ciągłości trwania i związku pomiędzy pokoleniami²⁶.

Drugim projektem, który powstał w oparciu o zasób Archiwum UMK, jest *Notatnik akademicki*. Są to materiały filmowe, które na swoim kanale na YouTube publikuje archiwum²⁷. Źródła te zostały przekazane przez Centrum Promocji i Informacji UMK w 2013 r., a pochodzą z lat 2003–2010. Stanowią one zapis programu, który był emitowany co miesiąc w Telewizji Toruń i opowiadał o życiu uniwersytetu. Wykorzystane przez archiwum materiały stanowią fragmenty pewnych całości i zostały dobrane w zależności od wydarzeń bieżących i określonego kontekstu. Były także publikowane na Facebooku archiwum w 2016 i 2017 r. w ramach projektu *Kartka z kalendarium*. Ponownie zasób archiwum stał się doskonałą ilustracją do wydarzeń bieżących, nawiązaniem do przeszłości i próbą pokazania współczesnych nam wydarzeń przez pryzmat historii. To również element spójnej polityki kształtowania społeczności wokół uniwersytetu i jego tożsamości. Wykorzystanie do tego celu zasobu archiwalnego i zaawansowanych technologii tylko dowodzi łączności między przeszłością a współczesnością. To właśnie nowoczesne archiwum uczelniane szanuje swój zasób, czerpie z niego i otwiera się na użytkowników, udostępniając materiały i informacje o nim przy wykorzystaniu dostępnych obecnie narzędzi komunikacji, w tym mediów społecznościowych.

Media społecznościowe wpisały się dziś na stałe w przestrzeń informacyjną osób prywatnych i instytucji oraz stały się kanałem komunikacji personalnej i instytucjonalnej. *Social media* opierają się na dialogu i interakcji, pozwalając nawiązać i podtrzymywać relacje pomiędzy użytkownikami. Obok

²⁶ Dowodem dużego zainteresowania filmami przechowywanymi w Archiwum UMK jest fakt, że zostały wykorzystane przez TVN Discovery do przygotowania filmu dokumentalnego o klubach studenckich, a także przez Ryszarda Kruka do przygotowania filmu dokumentalnego o klubie „Od Nowa” z okazji jubileuszu 60-lecia tego klubu oraz cieszą się one popularnością po opublikowaniu ich w mediach społecznościowych Archiwum UMK.

²⁷ „Archiwum UMK”.

portali społecznościowych zaliczamy do nich również blogi, fora dyskusyjne, platformy do udostępniania zdjęć czy strony, na których można umieścić opinie na temat produktów bądź usług²⁸. Do najpopularniejszych mediów należą: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Twitch oraz TikTok. Wiele szkół wyższych korzysta z nich, komunikując się ze swoimi studentami, absolwentami i pracownikami, ale także wykorzystując je do celów rekrutacyjnych²⁹. Nierzadko uczelnie sięgają po tego typu profile, by promować za ich pośrednictwem dorobek naukowy wykładowców, informując o ciekawych inicjatywach czy osiągnięciach. Media społecznościowe wykorzystują również archiwa szkół wyższych, zaznaczając swoją obecność, pokazując działalność i dzieląc się ciekawostkami ze swojego zasobu. Do najbardziej aktywnych archiwów uniwersytetów klasycznych zaliczyć należy: Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Archiwum Uniwersytetu Szczecińskiego (AUSz) oraz Archiwum Uniwersytetu Wrocławskiego (AUWr). Wykorzystują one przede wszystkim Facebook, traktując go jako tablicę ogłoszeń i portal informacyjny, tak jak w przypadku AUMK i AUWr, ale także jako przestrzeń do spotkań, wymiany opinii, interakcji, co można zauważyć na profilu AUSz³⁰. Liczba publikowanych postów sukcesywnie rośnie i przybywa osób obserwujących te profile. Toruńskie archiwum prowadzi również własną aktywność na YouTube. Żadne z archiwów uniwersytetów klasycznych nie posiada konta na portalach: Instagram, Twitter czy TikTok, ale zdecydowana ich większość prowadzi własne strony internetowe, publikując tam wiele ważnych informacji dotyczących archiwum, jego działalności, zasobu i personelu³¹.

Podstawowym celem szkół wyższych jest kształcenie oraz prowadzenie badań naukowych. Ten cel pozwalają osiągnąć nowoczesne programy studiów, zaawansowane technologicznie narzędzia kształcenia, wymiana akademicka, podnoszenie kwalifikacji dydaktycznych przez kadrę naukową oraz projekty badawcze realizowane przez nierzadko międzynarodowe i interdyscyplinarne zespoły naukowe w ramach grantów i stypendiów. Szkoły wyższe to jednak także centra, wokół których budowana jest wspólnota pracowników nauki, studentów i doktorantów, absolwentów poszczególnych kierunków. To wspólnota czasu i miejsca, podobnych przeżyć i wartości. To wreszcie pamięć o uniwersytecie i jego ludziach, ale także pamięć uniwersytetu o tych, którzy go

²⁸ „Marketing w sieci”.

²⁹ Wrzochul-Stawinoga, „Edukacja na sprzedaż”, 223–6.

³⁰ Piórowska, „Działalność publiczna archiwów”, 33.

³¹ Smoczyński, „Zawartość informacyjna stron internetowych”, 181–95.

tworzyli. I właśnie w działania na rzecz zachowania tej pamięci włączają się aktywnie nowoczesne archiwa. Wykorzystują one swój zasób, potencjał i wiedzę pracowników oraz dostępne współcześnie środki przekazu, by dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorców i opowiedzieć w ciekawy, często niestandardowy sposób historię swej uczelni. Omówione powyżej działania pokazują, że archiwa mogą aktywnie wpisać się w strategię komunikacyjną szkoły wyższej, stanowią one bowiem skarbnicę wiedzy o przeszłości, korzeniach uczelni i wszystkich przejawach jej działalności. Materiały przez nie przygotowywane lub tworzone w oparciu o ich zasób mogą poświadczyc o jakości kształcenia (akredytacjach, certyfikatach, dyplomach i świadectwach), mogą ukazywać rozwój infrastruktury uczelni, pokazać etos akademicki, pozycję uczelni w otoczeniu konkurencyjnym w długiej perspektywie, ale także zachodzące zmiany w identyfikacji wizualnej i wiele barw akademickiego życia studentów. Wszystkie te czynniki mają rzeczywisty wpływ na sposób postrzegania uczelni przez realnych i potencjalnych członków jej otoczenia. Ważny jest tu pomysł na wykorzystanie tego wyjątkowego potencjału, współpraca z innymi komórkami organizacyjnymi uczelni, a przede wszystkim zaangażowanie ze strony archiwum.

■ Bibliografia

- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Alma Radio”. Udostępniono 15 listopada 2020. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/projekty-auj/alma-radio>.
- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Corpus academicum Cracoviense”. Udostępniono 15 listopada 2020. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/corpus-academicum-cracoviense1>.
- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Corpus studiosorum”. Udostępniono 8 grudnia 2020. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/projekty-auj/corpus-studiosorum>.
- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Historia Archiwum UJ”. Udostępniono 15 listopada 2020. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/archiwum/historia-auj>.
- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Pamięć Uniwersytetu”. Udostępniono 15 listopada 2020. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/projekty-auj/pamiec-uniwersytetu>.
- Archiwum Uniwersytetu Jagiellońskiego. „Seria C. Biogramy studentów UJ (Corpus studiosorum)”. Udostępniono 23 września 2021. <http://www.archiwum.uj.edu.pl/seria-c.-biogramy-studentow-uj-corpus-studiosorum>.
- Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. „Archiwum UMK”. Udostępniono 23 września 2021. <https://www.youtube.com/channel/UCZ8DI4zWXSXIa-aNCbRwW4xQ>.

- Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. „Historia Archiwum”. Udostępniono 8 grudnia 2020. <https://www.archiwum.umk.pl/o-archiwum/historia-archiwum/>.
- Degen, Robert. „Archiwum uniwersytetu – rola i zadania w zarządzaniu dokumentacją szkoły wyższej”. *Archiwista Polski* 7, nr 4 (2002): 25–32.
- Dworak, Janusz. „Wizerunek szkoły wyższej”. *Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku. Zarządzanie szkołą wyższą: dylematy i wyzwania* 14 (2011): 107–19.
- Graszewicz, Maurycy, i Dominik Lewiński. „Wizerunek Uniwersytetu Wrocławskiego. Aspekt teoretyczny”. W *Wizerunek Uniwersytetu Wrocławskiego w oczach studentów studiów stacjonarnych*, zredagowali Maurycy Graszewicz, Dominik Lewiński i Karina Stasiuk-Krajewska, 9–13. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, 2012.
- Kierzkowska, Bożena. „Archiwum UMK jako wizytówka uczelni?”. *Poznański Rocznik Archiwalno-Historyczny* 12–14 (2007): 19–25.
- Krajniak, Weronika, i Anna Supruniuk, red. *Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Informator o zasobie archiwalnym (stan na 31 grudnia 2017)*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2018.
- „Marketing w sieci, Social media”. Udostępniono 12 stycznia 2021. <https://marketing-wsieci.pl/sloownik-e-marketingu/social-media/>.
- Moraczewska, Henryka. *Kancelaria i archiwa uniwersyteckie w Polsce Ludowej*. Toruń: Uniwersytet Mikołaja Kopernika, 1982.
- Pabian, Arnold. „Promocja szkoły wyższej”. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe* 2 (2002): 138–44.
- Peszko, Kamila. „Kształtowanie wizerunku i tożsamości szkół wyższych jako działanie budujące przewagę konkurencyjną”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu* 24 (2012): 409–22.
- Piórowska, Paulina. „Działalność publiczna archiwów uniwersyteckich z perspektywy internauty”. Praca licencjacka. Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, 2020.
- Roman, Wanda, Krystyna. *Współczesna kultura dokumentacyjna*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2013.
- Smoczyński, Marcin. „Zawartość informacyjna stron internetowych archiwów uniwersyteckich”. W *Archiwa uczelniane w XXI wieku wobec komputeryzacji, informatyzacji i elektronicznego zarządzania dokumentacją. Wprowadzenie do problematyki*, zredagowały Bożena Kierzkowska, Anna Supruniuk i Paulina Bunkowska, 181–95. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2021.
- Stachura, Ewa. „Elementy wizerunku szkoły wyższej”. W *Marketingowe zarządzanie szkołą wyższą*, zredagowali Anna Buchner-Jeziorska, Grażyna Nowaczyk i Piotr Lisiecki, 359–69. Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, 2006.
- Studencki Twórca Klub Filmowy „Pętla” 1960–1976; 1981–1986. Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. 309/215.
- Suleja, Teresa. „Wpisani w uniwersytecką tradycję – zasób archiwum uczelnianego, jego specyfika i znaczenie”. W *Zatrzymać przeszłość, dogonić przyszłość. Pamiętnik VI Powszechnego Zjazdu Archiwistów Polskich*, zredagowali Waldemar Chora-

życzewski i Krzysztof Strykowski, 210–1. Warszawa: Stowarzyszenie Archiwistów Polskich, 2013.

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu. „UMK TV”. Udostępniono 23 września 2021. <https://www.youtube.com/c/UMKTV-youtube>.

„Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce”. *Dziennik Ustaw*, poz. 1668 (2018).

Wrzochul-Stawinoga, Justyna. „Edukacja na sprzedaż – budowanie wizerunku uczelni wyższej na Facebooku na przykładzie wybranych uczelni prywatnych w Polsce”. *Zarządzanie Mediami* 3 (2015): 223–6.

Zbiór fotografii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 1946–2016. Archiwum Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. 309/121.