

**Имиджевые мероприятия в библиотеке для детей
как основная часть репутационного менеджмента**
**Image Advertising at the Children's Library as the Basic Component
of Reputational Management**
**Іміджеві заходи в бібліотеці для дітей як основна частина
репутаційного менеджменту**

*Г. С. Гречко
ЦБС для детей, Николаев, Украина*

*Galina Grechko
Central Library System for Children, Nikolaev, Ukraine*

*Г. С. Гречко
ЦБС для дітей, Миколаїв, Україна*

Имиджевая библиотечная политика сегодня – одно из важнейших направлений деятельности современной библиотеки.

Встраиваясь в социальные коммуникации, библиотечные работники ищут всевозможные пути реализации инновационных идей.

Следуя основным положениям репутационного менеджмента, библиотеки стремятся стать центром притяжения для всех общественных и государственных институций.

В докладе рассматриваются эффективные формы имиджевых мероприятий, ставших своеобразным катализатором, влияющим на культурную политику города.

Library image advertising policy is a most significant trend in the activity of today's libraries. As members of social communication, librarians are seeking various ways of implementing innovative ideas. In compliance with the regulations of image advertising, libraries are striving to become a contact point for all social and public institutions.

The most effective image advertising decisions which have served as catalysts for the cultural policy in the city are described in this paper.

Іміджева бібліотечна політика сьогодні – один із важливих напрямків діяльності сучасної бібліотеки.

Долучаючись до соціальних комунікацій, бібліотечні працівники шукають різноманітні шляхи реалізації інноваційних ідей.

Згідно з основними положеннями репутаційного менеджменту, бібліотеки прагнуть стати центром тяжіння для усіх громадських і державних інституцій. У доповіді розглянуто ефективні форми іміджевих заходів, які стали своєрідним каталізатором, що впливає на культурну політику міста.

*«Видеть и делает новое –
Очень большое удовольствие»
В о л ь т е р*

Имиджевая библиотечная политика сегодня – одно из важнейших направлений деятельности современной библиотеки. Она – долгосрочна, прогнозируема, направлена на формирование общественного мнения, создание ценностных установок, увеличивающих возможность **библиотечно-информационных услуг в глазах пользователя.**

Создание позитивного имиджа, формирование надежной репутации среди широкой общественности уже давно стали основой современного библиотечного учреждения, и ее приоритетным направлением.

С середины 90-х г. г. XX в. в нашей профессиональной сфере (в практической деятельности и в теоретических разработках) наблюдается значительный интерес к проблемам формирования положительного образа библиотеки и его ретрансляции во внешнюю среду. В качестве эффективного инструментария, как правило, рассматриваются средства маркетинга, в первую очередь паблик рилейшнз (РК) и реклама.

В контексте стратегии, благоприятное общественное мнение (РК) является неотъемлемым стержневым компонентом **репутационного менеджмента** библиотеки. Планируемым конечным результатом здесь выступает позитивный образ (имидж) библиотеки, целенаправленно сформированный и ориентированный на конкретную аудиторию, побуждающий ее представителей к определенным действиям, т. е. так называемая «психологическая установка», задающая модель поведения по отношению к библиотеке, её сотрудникам, функциям, услугам и т. п. Следовательно, воплотившийся в позитивное или негативное мнение какой-либо части общества, а также отдельной личности образ библиотеки является действенным фактором либо ее социальной адаптации и развития, либо регресса и упадка.

Преобразования, происходящие в библиотечной сфере, затрагивают ныне не только технологические изменения, благодаря которым улучшается качественное и оперативное удовлетворение информационных потребностей пользователей, но и образ мышления библиотечных работников, нашедших в себе силы понять и принять настоящее время и обновиться самим. В профессиональном сознании с новой силой проявляются инициатива и творческий потенциал. Библиотекари стали мыслить иначе, иначе организовывать свою работу, понимая всю важность создания нового образа библиотеки, привлекая к ней интерес различных групп общества. Имиджевые мероприятия, связи, отношения с общественностью становятся все более важными в деятельности современной библиотеки, устанавливающей и успешно ведущей коммуникации с партнерами и СМИ, с местной общественностью и государственными структурами.

Особенность современной публичной библиотеки заключается в том, что, будучи открытой, общедоступной, она оказывает услуги максимально широкой аудитории, и, подобно избушке на курьих ножках, поворачивается лицом к самым разным категориям читателей.

А библиотечные работники, встраиваясь в социальные коммуникации, ищут возможные пути реализации инновационных идей. Следуя основным положениям репутационного менеджмента, библиотеки стремятся стать центром притяжения общественных организаций, открытой системой, направленной на удовлетворение ожиданий горожан.

Вот уже более 15 лет Центральная библиотека для детей г. Николаева альтернативой скромному, незаметному существованию выбрала стиль современной библиотеки, которая «у всех на слуху», имея при этом устойчивую положительную репутацию как в городе, так и за его пределами.

Еще в 18 веке Честерфилд заметил «Куда бы мы не шли, репутация наша – неважно хорошая или дурная – обязательно нас опережает».

Какие же имиджевые мероприятия стали своеобразным катализатором влияющим на культурную политику города?

Одним из наиболее резонансных имиджевых мероприятий библиотеки можно считать **цикл встреч «Особо важная персона»**, который проходил на протяжении 5 лет в библиотеке в формате «Персона без галстука». За эти годы в библиотечной VIP-гостиной побывали 22 представителя городской элиты: мэр города и его заместитель, директора учреждений культуры (театров, музеев, библиотек, зоопарка), ректора ведущих вузов города, творческая интеллигенция – художники, педагоги, журналисты. Где еще, можно одновременно увидеть играющих и поющих начальников управлений облгосадминистрации, директора училища культуры?

Но главное не это. Главное, что все они по-новому открыли для себя детскую библиотеку, увидели ее мощный ресурсно-творческий потенциал и стали постоянными ее друзьями и партнерами.

«Виповским» вирусом были «заражены» и библиотеки ЦБС, которые в своих микрорайонах открыли эксклюзив-салоны «Элита», «Олимп», в рамках которых проходят встречи с представителями органов местного самоуправления, известными людьми района.

Результат – 100% попадание в цель: имидж, репутация, элементы френдрейзинга и другие положительные моменты.

Предпринималась попытка реализации еще одного пилотного проекта – открытие в ЦДБ библиотечного **салона «Овация»**, цель которого – знакомство с меценатами, спонсорами, благотворителями – потенциальными благодетелями библиотек. Первая встреча была посвящена генеральному директору СХП «Нибулон» Вадатурскому А. А. и прошла она непосредственно на самом предприятии. Сказать, что это было здорово – не сказать ничего. Интересная экскурсия на предприятие европейского уровня, знакомство со спецификой его работы, рассказ о благотворительной

миссии директора и великолепный обед в рабочем кафе предприятия, а также подарочные пакеты с их печатной продукцией – это лишь часть интереснейшей программы.

К большому сожалению, с двумя последующими гостями салона – директором Райффайзенбанк Аваль и директором предприятия «Велам» встреча так и не состоялась в связи с их занятостью.

Нельзя не упомянуть о нашумевших в свое время имиджевых мероприятиях, касающихся работы с **молодой семьей**. Все они проходили в рамках целевых программ «Будущая мама – самая обаятельная и привлекательная» (информационная поддержка женщин, ожидающих ребенка), «Вместе с книгой мы растем» и «Растишка» (раннее творческое развитие малышей от 0 до 3-х лет), «Плюшевая няня» (эмоциональные стимулы развития малышей с помощью книги и мягкой игрушки). Горожанам запомнились и презентации этих программ, собравшие в стенах библиотеки представителей всех социальных и рекреационных служб, занимающиеся проблемами материнства и детства (детские дошкольные учреждения, работающие по системе Эльконина-Давидова, женские консультации и детские поликлиники, неонатальные и перинатальные центры, психологические центры и управления семьи и молодежи, магазины «Мир игрушек» и «Солнышко»), праздники молодой мамы и молодого отца, современных бабушек и дедушек, читающей крохи, конкурсы для родителей «Сказка, придуманная для дочки и сына», «Сказка под подушкой», «Друзья с пеленок», «Фото с любимой книгой», информационно поддержанные редакциями журналов «Мир семьи», «Счастливые родители», «Семейное чтение», «Читай-ка», «Книги, нотки и игрушки для Катюшки и Андрюшки».

Не менее успешной была работа по реализации целевой комплексной программы «Глубинная экология человечества за защиту детства» (информационная поддержка детей с ограниченной физической и социальной мобильностью), грантового проекта «Ты не один в мире» (работа с детьми-инвалидами). Все это стало толчком для создания информационного центра «Подсолнечник», где к услугам данных пользователей – компьютерное аудио место, компьютерные развивающие и учебные программы, выход на специальную страничку библиотечного сайта, доступ к сети Интернет, книжный аудио-видео кейс, законодательные базы данных, Дни общения и многое другое.

При формировании положительного библиотечного имиджа, среди форм, улучшающих репутацию библиотеки как социального института, можно выделить **акции**, проводимые для самых необычных категорий населения. Среди наиболее успешных и эффективных – «Талантливый ребенок под информационным патронатом детской библиотеки и ее партнеров», «Подари книгу ребенку сироте», «Книга в подарок будущей маме», «Первая книга вашего ребенка», «Возьми книгу в лагерь», «С новой книгой – в Новый год», «Ликвидируем зону информационной изоляции» (для детских социально-реабилитационных центров и учреждений пенитенциарной системы).

Новинкой этого года можно считать и открытие в Центральной библиотеке **библиокафе «Несколько строк к чашке кофе»**.

В день открытия все, переступившие порог библиотеки, окунулись в необычную атмосферу. В презентационном зале – приглушенный свет. Нарядные столики с кофейниками, запах ароматного кофе, легкая музыка. На экране мелькают картины Ж. Э. Лиотара, Й. Карауда, И. Репина, Е. Мацкевич, К. Селюка, В. Лескова, В. Ковалю, А. Аранышева, В. Первунинского, на которых, грациозные девушки пьют кофе, горячий шоколад. Далее – лате-арт – иллюстрации картин, выполненных с помощью росписи кофейной пеной, стихотворные пассажи и улыбающиеся лица присутствующих.

Дух, царивший в зале, был сродни уютным кав'ярням Львова, кофейням Риги и Вены... Таким оригинальным способом мы решили популяризировать творчество наших поэтов, писателей, публицистов, когда к чашке кофе «подают» книги, стихи, арт-материалы и др.

Первым гостем библиокафе стал директор украинского академического театра драмы и музыкальной комедии, заслуженный деятель искусств Украины Н. С. Берсон с презентацией своей книги «Тяжіння до духовності: сьогодні, вчора і завжди».

В библиокафе побывали и два наших замечательных поэта Д. Креминь и В. Пучков с презентацией книги «Два берега».

Надеемся, что это начинание станет хорошим поводом для дальнейшего партнерства с творческой элитой города и неплохим PR – для библиотеки.

Зарекомендовали себя и такие имиджевые формы как: презентации имени (поэты, композиторы, барды), литературно-музыкальные подиумы, праздники открытия Недели детской книги и чтения на сцене областных и районных дворцов культуры.

Есть совершенно неожиданные мероприятия, которые произвели определенный фурор и были замечены СМИ, партнерами и спонсорами. К ним можно отнести, казалось, совсем неприметное – проведенное одной из детских библиотек – **«Цветочная рапсодия...»**. По своему содержанию, перечню участников и социальных партнеров это действо могло вполне претендовать на мероприятие года. В программе: книжная экспозиция «Цветы как чудо», джазовые композиции в исполнении студентов музыкального училища, мастер-класс по флористике, дефиле нарядов (студенты факультета моделирования одежды и дизайна университета культуры и искусств), фото-сессия читателей с подключением арт-вернисажа Екатерины Рождественской, демонстрация средств ухода за кожей, лицом, волосами (салон красоты «Аквамарин»), цветочные ароматы из коллекции фирмы «Орифлейм», дегустация блюд из цветов (бар «Эскадо»), выставка фиалок (библиотека и Дом природы).

Долгое время на слуху у горожан были спектакли **литературного театра «Браво»**, репертуар которого строился на литературоведении и теме «Женщины в жизни писателей». За 10 лет существования театра было сыграно множество спектаклей, посвященных А. С. Пушкину и сестрам Гончаровым, женам декабристов, Ф. Тютчеву, В. Жуковскому, Д. Давыдову, С. Есенину, М. Лермонтову и др.

Мы зависим от социума, поэтому закономерно наше стремление ответить на «вызов» времени своим участием в социально значимых мероприятиях.

Юбилей библиотек тому подтверждение. Традиция отмечать юбилей стала приобретать важное социокультурное значение, поскольку закрепляет в общественном сознании образ библиотеки как социального института. К тому же юбилей является и формой привлечения внимания общественности к библиотеке, способом показать лучшее, достигнутое ею за определенный период.

Радует тот факт, что за последние несколько лет среди имиджевых библиотечных мероприятий фигурируют **послеремонтные новоселья**. Они, действительно, становятся важным событием в городе, микрорайоне.

Имидж детских библиотек города поддерживается благодаря **международным связям и грантовым проектам**.

Большой резонанс имела передвижная выставка «Астрид Линдгрен путешествует миром», организованная в ЦДБ посольством Швеции в Украине. К слову, эта выставка экспонировалась в Украине только в Киеве и Николаеве.

Информационный центр «Окно в Америку для будущих лидеров», открытый в библиотеке при поддержке Посольства США и работающий здесь тинэйджер клуб, уже давно вышли за рамки города – его услугами пользуются жители пригорода и сельской местности.

Клуб лидеров ученического самоуправления, работающий в детской библиотеке № 8 благодаря гранту Центра социальных программ «Русал», стал заметным событием в микрорайоне.

Сотрудничество со СМИ – важная составная часть рекламной и информационно-имиджевой политики современной библиотеки.

Как социальные институты телевидение и библиотека выполняют родственные функции: информационные, образовательные, рекреационные, досуговые и др. Данные точки соприкосновения дают возможность нам оптимально использовать телевидение для достижения определенных результатов.

В этом году началась реализация **пилотного проекта «Телезвезда в библиотеке»**, цель которого – знакомство с деятельностью изветных тележурналистов в стенах библиотеки. Каждый из них получит сертификат социального партнерства.

Бесспорно, данный проект стал тем мостиком, который помог поддержать зрительский интерес и развить его как читательский. А информационные контакты библиотеки с журналистами являются источником свежей и актуальной информации. И как результат – создание еще одного совместного **проекта «Библиотека – телезвезда»**, благодаря которому каждую субботу на областном телевидении выходит библиотечная программа «Страна Читалия», съемки которой ведутся в детских библиотеках города. Не надо говорить, какая это прекрасная возможность пропиарить

библиотеку, продемонстрировать свои возможности, услуги, документально- ресурсную базу, плюс ко всему научиться работать «на камеру», получить бесценный опыт ораторского мастерства.

Общественному признанию библиотек способствует отражение их деятельности и в печатных массовых изданиях города. Публикаций – бессчетное количество: написанных и самими работниками, и журналистами, присутствующими на всех значимых мероприятиях библиотек.

Без притока свежих идей наше библиотечное хозяйство может превратиться в натуральное, т. е. обособленное, закрытое, что ведет к профессиональному безразличию и угасанию.

Сегодня коллектив ЦБС, их руководители настроены на инноватику. Девизом нашей работы являются слова директора библиотеки Майами (США) Р. Сантьяго **«Нельзя быть увядающей фиалкой и заведовать библиотекой. Вы должны иметь харизму, уметь заявлять о себе...»**

Мы это делаем, и небезуспешно. Мы научились работать ВМЕСТЕ, а не ВМЕСТО. Поэтому есть результат: новые формы и идеи, новые читатели, которых мы очень любим.