



УДК 023:17.022.1]:[659.4:021.7

DOI: 10.36273/2076-9555.2019.7(276).25-28

Тетяна Сафонова,

кандидат наук із соціальних комунікацій, старша викладачка
кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи ХДАК,
e-mail: frau.safon@ukr.net

Формування іміджу сучасного бібліотекаря як важливий напрям PR-діяльності бібліотеки

Статтю присвячено проблемі формування іміджу сучасного бібліотекаря як важливого напрямку PR-діяльності бібліотеки. З'ясовано, що найактуальнішим завданням сучасних бібліотечних установ є створення позитивного іміджу та подолання усталених стереотипів щодо бібліотечної професії.

Доведено, що образ бібліотечного фахівця є важливим складником іміджу установи та чинить вагомий вплив на її статус і роль. Відповідно, одним із головних питань у цьому аспекті є формування привабливого образу бібліотечного фаху згідно з потребами часу та суспільства. Авторка робить висновок про важливе значення вміння швидко адаптуватися до нових умов, використовуючи знання методик формування іміджу.

Особливу увагу приділено визначенню факторів, що сприяють створенню позитивного іміджу бібліотечних фахівців та впливають на успішне функціонування установи, якість наданої інформації та рівень обслуговування читачів. Поміж них першорядна роль належить професійним якостям (відданість фаху, впевненість у соціальній значущості діяльності, аналітичний розум, старанність, працездатність, методичність, дисциплінованість). Зазначено, що найбільш значущим чинником є рівень підготовки бібліотекаря як фахівця з інноваційним креативним мисленням, зацікавленого в якісному результаті праці.

Запропоновано та обґрунтовано складники формування позитивного образу, до яких належать такі: зовнішня привабливість; позитивний настрій; бездоганна репутація; позитивні послання групам користувачів; приватна участь; дистанціювання від негативних символів.

Наголошено на потребі модернізації принципів організації роботи бібліотечної установи. Розв'язанню цього питання сприяє використання маркетингових і PR-технологій для зміни іміджу бібліотекарів у суспільній свідомості, а також для створення позитивного образу бібліотеки загалом. Важливою умовою вдосконалення іміджу є готовність колективу до спільних дій. Підсумовано, що професійне зростання й зміна діяльнісного простору є запорукою успіху у формуванні позитивного іміджу бібліотеки та бібліотекаря.

Ключові слова: імідж, імідж бібліотекаря, імідж бібліотеки, позитивний образ, PR-діяльність бібліотеки

Постановка проблеми. Нова соціокультурна та економічна реальність активно впливає на формування середовища для розвитку сучасних засобів соціально-інформаційної комунікації, поміж яких важливу роль виконують зв'язки з громадськістю, або паблік рилейшнз (PR), та реклама.

Бібліотеки створюють насичений інформаційно-комунікаційний простір у суспільстві, а тому нині мають докорінно змінити вектор своєї діяльності, аби відповідати запитам сучасних користувачів, конкуруючи з численними медіа та мережевими ресурсами. Дієвим інструментом, що дає змогу популяризувати установу та довести її суспільну значущість, є PR. Однак, навіть попри стрімкий розвиток технологій і трансформацію методів роботи загалом, у більшості вітчизняних бібліотек немає спеціальних підрозділів, котрі виконують функції зв'язків з громадськістю, а також чіткої стратегії й розуміння цілей PR-роботи тощо. Поміж важливих чинників, що негативно впливають на рекламну діяльність бібліотечних установ, насамперед виокремимо занижку кваліфікацію кадрів і недостатнє усвідомлення вагшого значення зв'язків із громадськістю та механізмів їх поширення. Відсутність виробленого механізму PR бібліотеки призводить до того, що її ресурси використовуються не повною мірою, знижується рівень поінформованості користувачів про сервісні можливості та інформаційний потенціал установи, внаслідок чого деформується уявлення про її суспіль-

ну значущість та імідж загалом. Статус і роль бібліотечної закладу, його належне сприйняття на державному й громадському рівнях також безпосередньо залежать від позитивного іміджу співробітників, формування якого є одним із головних завдань бібліотечної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання використання механізмів PR та реклами досліджували закордонні фахівці П. Борхард, Р. Вільямс, Ф. Котлер, Р. Рівз, К. Ховард та інші. Теорію, методику й практику PR розглянуто в працях Г. Алтухової, Д. Беклешова, О. Борисової, Н. Герасимової, Г. Гордукалової, В. Ключова, М. Матвеева, С. Матліної, І. Міхнової, Е. Сукіасян, В. Фокеева, Г. Цесарської, О. Ястребової.

Створенню іміджу сучасної бібліотеки та бібліотекаря присвячено розвідки вітчизняних фахівців В. Бабича, С. Барабаш, О. Башун, Н. Богун, О. Гаврилюка, В. Горового, В. Дригайла, О. Кашкарської, Т. Костирко, О. Мацей, В. Осаули, Г. Паламарчука, О. Шестопалової; питання адвокаційної діяльності бібліотечних установ висвітлювали С. Барабаш, В. Загуменна, В. Пашкова та інші.

За результатами аналізу фахових публікацій можна зробити висновок, що, попри широкий спектр наукових праць із питань PR-діяльності, ґрунтовнішого вивчення потребує проблематика використання інформаційних засобів та PR-технологій для форму-

вання позитивного іміджу сучасних книгозбірень загалом і бібліотечних фахівців зокрема.

Мета статті — з'ясувати особливості створення іміджу сучасного бібліотекаря як важливого напряму PR-діяльності бібліотеки відповідно до потреб сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Професійно організований PR є перспективним напрямом соціально-комунікаційної діяльності бібліотеки, яка в умовах глобалізації набуває нових форм і масштабів. Налагоджені зв'язки з громадськістю сприяють повному та своєчасному забезпеченню інформаційних потреб читачів, популяризації установи, що допомагає формувати її позитивний образ в середовищі потенційних користувачів.

Бібліотечний імідж є синтезом професіоналізму, компетентності та організаторських здібностей, що визначають індивідуальність закладу. Перед сучасними бібліотекарями, окрім сервісних послуг, постають такі завдання, як навчання та консультації користувачів, посередництво між інформаційним простором і споживачами інформації. Значний обсяг даних потребує й ширшого штату фахівців, які опанували новітні технології пошуку та опрацювання даних, здатні здійснювати моніторинг локальних і світових ресурсів, аналізувати різноманітний контент, створювати інформаційно-аналітичну продукцію, налагоджувати зв'язок з аудиторією за допомогою соцмереж тощо.

Активна популяризація діяльності бібліотеки, акцент на позитивних аспектах її соціальної місії допомагає зробити установу привабливою для відвідувачів, а також створити сприятливі умови для інвестицій і залучити до професії молодих фахівців. Від діяльності колективу та керівництва, які формують імідж організації, залежить кут зору, під яким його сприйматимуть у суспільстві.

Імідж бібліотеки складається з багатьох компонентів — від реклами до дизайну приміщення та специфіки роботи з читачами. Звичайно, уявлення про установу насамперед залежить від рівня її інформаційного сервісу, якості продуктів і послуг. Окрім того, імідж охоплює й суто функціональні елементи: назву бібліотеки; слоган; елементи зовнішньої реклами; вебсайт; приміщення та обладнання; професійну етику співробітників; фірмовий стиль. Для успішної реалізації PR-стратегії доцільно враховувати наведені складники в комплексі.

У процесі формування зовнішньобібліотечного іміджу потрібно зважати на найдрібніші деталі, оскільки нині професійна промоція є одним із потужних інструментів конкурентної боротьби. І як свідчить практика, нехтування головними правилами ефективного позиціонування організації зазвичай призводить до невтішних результатів.

Імідж бібліотекаря належить до внутрішньобібліотечного, який зумовлюють місія установи, її статус, фірмовий стиль, соціально-психологічний мікроклімат у колективі тощо. Саме співробітники ретранслюють інформацію про внутрішню атмосферу та діяльність закладу, тому їхній негативний образ може спричи-

нити стрімке зниження рівня довіри аудиторії. Натомість позитивний внутрішній імідж сприяє згуртованості працівників, стимулює їх до творчого пошуку, підвищення рівня кваліфікації, що позитивно позначається на репутації бібліотечної установи [7].

До важливих складників формування позитивного іміджу належать такі:

1. Зовнішня привабливість. Дослідження доводять, що зовнішньо привабливих людей оцінюють вище й за іншими значущими параметрами.

2. Позитивний настрій. Доброзичливе ставлення до різних груп користувачів взаємно впливає на схвальну думку про бібліотеку.

3. Бездоганна репутація.

4. Комунікація з різноманітними групами користувачів, що передбачає спілкування в мережі Інтернет, надсилання позитивних повідомлень із висловленням поваги чи подяки, привітань тощо.

5. Особиста участь — виявлення широкого інтересу до людей, надання підтримки та допомоги не лише в межах службових обов'язків.

6. Дистанціювання від негативних чинників, особистостей чи груп, здатних зашкодити репутації закладу. Цю техніку доцільно використовувати, якщо, наприклад, поведінка співробітників відхиляється від етичних норм. Навіть один некоректний вчинок може зруйнувати імідж, створений роками.

Роботі бібліотек притаманна певна специфіка, а процес модернізації потребує відповідних знань і навичок у галузі інформатики, менеджменту, інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Нині до кола обов'язків бібліотечних працівників входить оцінювання, інтерпретація й фільтрація інформації, організація швидкої й зручної навігації, налагодження зв'язків між значними й різноаспектними масивами даних, які іноді навіть не стосуються діяльності бібліотеки, щоб забезпечити оперативний доступ до широкого спектра інформаційних носіїв різноманітним категоріям користувачів. Ефективність роботи бібліотечного фахівця, успішний контакт з аудиторією залежать від усвідомлення своєї місії, поваги до фаху й установи, що безпосередньо впливає й на його імідж. Отже, бібліотекар, працюючи над своїм образом, має зважати на низку чинників, від яких залежить конкурентоспроможна діяльність його установи.

Оскільки бібліотечна сфера зорієнтована на широке впровадження новітніх інформаційних технологій, робота відбувається в умовах інтенсифікації процесів розподілу праці в інформаційній діяльності. Ця тенденція зумовлює потребу формування інноваційної свідомості бібліотечно-інформаційних фахівців. Особливу увагу слід приділяти їх практично-технологічній підготовці, яка передусім передбачає опанування сучасних "м'яких" поліфункціональних технологій на базі застосування комп'ютерної техніки. Корекція професійної свідомості є важливим управлінським інструментом впливу на процес впровадження ІКТ у бібліотечну діяльність. Зміцнення техніко-технологічного базису сприяє розвитку бібліотечного соціального інституту, що визначає стратегію інно-

ваційних змін у бібліотечно-інформаційній діяльності, й іміджева політика є одним із найважливіших напрямів цього курсу. Інновації в бібліотечній сфері стосуються не лише технологічного оновлення, а й зміни моделі мислення бібліотечних працівників, кожен з яких має стати фахівцем нового зразка — мультифункціональним, обізнаним у різноманітних галузях знань, здатним гідно репрезентувати свою установу в міжнародному бібліотечному просторі [7]. Вагому роль відіграють комунікаційні навички, від яких залежить залучення нових читачів, налагодження зв'язку з аудиторією, що сприятиме не механічному виконанню функцій, а повноцінному діалогові "бібліотека — читач" на основі сучасних потреб і запитів, зокрема й через різноманітні сервіси та майданчики Інтернету, соцімережі тощо.

Проблему іміджу бібліотечних закладів та їхніх працівників досліджують науковці багатьох країн світу, й наразі маємо певні теоретичні узагальнення. По-перше, імідж бібліотек залежить від того, як громадськість оцінює їхню роботу. По-друге, первісне уявлення про бібліотечних фахівців та установу формується під час навчання й надалі майже не змінюється. По-третє, наявна стійка сукупність стереотипів щодо роботи бібліотек та фаху загалом, котрі залишалися незмінними впродовж ХХ ст. і, на жаль, не мають виразної тенденції до поліпшення в ХХІ ст.

Цю думку поділяє й українська бібліотекознавиця Т. Кулієва, яка вважає, що суспільне сприйняття бібліотеки і бібліотекаря й досі здебільшого залежить від усталених моделей, сформованих упродовж багатьох років під ідеологічним та моральним впливами. Як зауважує авторка, на думку широкого загалу, цей фах не потребує ані значних зусиль для досягнення мети, ані кар'єрних перегонів, ані розв'язання стратегічних завдань [3, с. 17]. Слід докладати максимуму зусиль, аби зруйнувати міф про непрестижність і "застарілість" бібліотечного фаху, спираючись на приклади його найяскравіших вітчизняних та закордонних представників, які надали цій професії нового формату, прагнучи змінити фокус суспільного сприйняття.

Науковці наголошують на першорядній важливості самоідентифікації бібліотечного працівника, котра є не менш значущою, аніж створений користувачами імідж. Зокрема, австралійські бібліотекарі зауважують, що однією з головних умов формування привабливого образу їхніх колег є готовність до спілкування в ролі доброзичливого порадника. На їхню думку, у свідомості інших людей імідж індивіда складається з чотирьох елементів: поведінки, мови, зовнішнього вигляду та професіоналізму. І що вони гармонійніші, то більш цілісним і позитивним виявиться враження.

Пріоритетного значення набуває рівень фахової підготовки сучасного бібліотекаря, який здатний до інноваційних форм мислення й зацікавлений у доведенні суспільної значущості та популяризації інформації, акумульованої у фондах. Ця професія потребує безперервного навчання впродовж життя. Постійне підвищення кваліфікації за допомогою різноманітних тренінгів, семінарів і конференцій нині є

невід'ємною частиною фахового зростання, що безпосередньо впливає на ефективний розвиток бібліотечної справи загалом [3, с. 16].

Модернізація принципів організації роботи з трансформації іміджу бібліотечних працівників передбачає широке використання арсеналу іміджмейкерів, досягнень маркетингу та PR-технологій. Визначальними чинниками також є готовність колективу до спільних дій, професійного зростання та зміни простору навколо себе.

У процесі обслуговування, контактуючи з різними категоріями споживачів, бібліотечний фахівець має бути взірцем доброзичливості, ввічливості, тактовності й готовності допомогти. На індивідуальний імідж суттєво впливають голос, мова й манера поведінки. Чимало професійних якостей, зокрема аналітичний розум, старанність, працездатність, методичність, дисциплінованість, гарна пам'ять тощо, складають узагальнений образ бібліотекаря. Від його знань, умінь, навичок, цільових настанов залежить успішне функціонування закладу, якість наданої інформації та рівень обслуговування читачів.

Позитивне реноме організації та її працівників слід постійно підтримувати й розвивати, враховуючи норми, цінності й вимоги до професії. Важливо досягти іміджу, співвідносного з очікуваннями цільової аудиторії, зважаючи на той факт, що її потреби зазнають змін із поступом прогресу.

За сучасних умов украї важливо, аби імідж бібліотеки був оригінальним, що дасть змогу вирізнити її з-поміж інших, закріпивши у свідомості користувачів певні маркери. Образ також має бути відповідним до специфіки діяльності й гнучким, оскільки мінливі умови сьогодення потребують уміння швидко переформатовувати робочий процес, використовуючи відповідні PR-техніки.

Висновки. Стратегія формування та підтримання позитивного іміджу бібліотечних фахівців водночас слугує дієвим інструментом піднесення престижу установи. Цей процес має бути активним і безперервним, оскільки саме від нього залежить успішна діяльність бібліотеки, популяризація професії, налагодження й розширення партнерських зв'язків, можливість отримати додаткове фінансування тощо.

Для розв'язання порушених завдань слід активніше залучати іміджмейкерів, використовувати маркетингові технології й PR-методи. Діяльність зі створення позитивного іміджу має бути цілеспрямованою, планомірною й гнучкою, зважаючи на сучасні потреби. Бібліотекам слід зосередити зусилля на досягненні конкурентоспроможних функціональних параметрів, для чого якнайкраще слугує інструментарій зв'язків із громадськістю, соціальних комунікацій, мережі Інтернет тощо. Формування позитивного іміджу бібліотеки та бібліотекаря, грамотна промоція установи на різноманітних заходах національного й міжнародного рівня допоможе заохотити нових користувачів, створити клімат для майбутніх інвестицій, забезпечити умови для залучення в професію талановитої молоді.

Список використаної літератури

1. *Імідж сучасної бібліотеки : метод.-практ. реком.* / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського. — Хмельницький, 2011. — 25 с.
2. *Гаврилюк О. М.* Іміджеві заходи в бібліотеці для дітей (консультація) / О. М. Гаврилюк // *Управління культури Полтавської обласної державної адміністрації, Полтавська обласна бібліотека для дітей ім. Панаса Мирного, Полтава, 2011.* — 10 с.
3. *Кулієва Т.* Імідж бібліотекаря: від минулого до сьогодні / Т. Кулієва // *Вісник Книжкової палати.* — 2015. — № 8. — С. 16—18.
4. *Паламарчук Г.* Імідж сучасної бібліотеки в інформаційному суспільстві / Г. Паламарчук // *Професія бібліотекар. Вимоги часу : матеріали семінару метод. об'єднання бібліотек аграрного напрямку Вінницької обл.* / уклад. В. А. Коваленко; ВНАУ. — Вінниця, 2013. — 41 с.
5. *Сафонова Т. А.* Бібліотечно-інформаційна діяльність в умовах розвитку інформаційно-комунікаційних технологій / Т. А. Сафонова / *Бібліотека і користувач у сучасному інформаційному середовищі : матеріали наук.-практ. конф., 17 квітня 2015 р.* — Харків : ХДУХТ, 2015 р. — С. 66—68.
6. *Сафонова Т. А.* Формування професійної свідомості бібліотечного фахівця як умова ефективної адаптації комунікаційних технологій до бібліотечної діяльності / Т. А. Сафонова // *Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр.* — Вип. 31. — Харків, 2010. — С. 171—181.
7. *Шестопалова О. В.* Імідж бібліотеки і бібліотекаря в інформаційному просторі регіону / О. В. Шестопалова // *ГБУК РК "КРУНБ ім. І. Я. Франко"*; сост. Л. В. Манжосова. — Симферополь, 2017. — 36 с.

Tatiana Safonova

***Forming the image of a modern librarian
as important direction of library PR-activity***

The article is devoted to comprehension of the question of forming the image of modern librarian as an important direction of PR-activity of the library. It is determined that the most relevant for the library today is the creation of a positive image and the overcoming of the stereotype that has emerged in the library profession.

It is shown that the image of the library specialist is an important part of the library's image and has a significant influence on the status and role of the modern bookstore. Therefore, one of the main tasks in this aspect is to create a positive image of the library profession in accordance with the requirements of society's time and needs. The conclusion is made of the need for the ability to quickly adapt to new conditions, using the knowledge of techniques and approaches to image formation.

Particular attention is paid to determining the factors contributing to the creation of a positive image of library professionals and which affects the successful functioning of the institution, the quality of the information provided and the level of service to the readers. Among them are professional qualities (loyalty to the profession, confidence in the social significance of activity, analytical mind, diligence, working capacity, methodic, discipline). It is noted that the most significant factor is the level of professional training of a librarian as a specialist in innovative creative thinking interested in the quality and outcome of his work.

The techniques of forming a positive attitude are suggested and substantiated, which include: increase of external attractiveness; positive mood; creating impeccable reputation; positive messages to user groups; private participation; distancing from negative characters.

The emphasis is placed on the need to modernize the principles of organizing the work of the library institution. The use of marketing and PR-technologies to change the image of librarians in the public consciousness, as well as to create a positive image of the library as a whole, can help to resolve this issue. A prerequisite for the improvement of the image is the readiness of the staff of the library institution for joint action. Consequently, we can conclude that professional growth and the change of space are the key to success in shaping the positive image of the library and librarian.

Keywords: *image, image of the librarian, image of the library, positive image, PR-activity of the library*

References

1. *Imidzh suchasnoyi biblioteki.* (2011). Upr. kulturi, turizmu i kurortiv Hmelnic. oblderzhadmin.; Hmelnic. OUNB im. M. Ostrovskogo. Hmelnickij.
2. *Gavrilyuk O. M.* (2011). Imidzhevi zahodi v biblioteci dlya ditej. Upravlinnya kulturi Poltavskoyi oblasnoyi derzhavnoyi administraciyi, Poltavska oblasna biblioteka dlya ditej im. Panasa Mirmogo. Poltava.
3. *Kuliyeva T.* (2015). Imidzh bibliotekarya: vid minulogo do sгодennya. *Visnik Knizhkovoyi palati*, 8, 16—18.
4. *Palamarchuk G.* (2013). Imidzh suchasnoyi biblioteki v informacijnomu suspilstvi. *Profesiya bibliotekar. Vimogi chasu: materialy seminaru metod. ob'yednannya bibliotek agrarnogo napryamu Vinnickoyi obl.* Uklad. V. A. Kovalenko; VNAU. Vinnicya.
5. *Safonova T. A.* (2015). Bibliotечно-informacijna diyalnist v umovah rozvitku informacijno-komunikacijnih tehnologij. *Biblioteka i koristuvach u suchasnomu informacijnomu seredovishi: materialy nauk.-prakt. konf., 17 kvitnya 2015 r.* Harkiv: HDUHT.
6. *Safonova T. A.* (2010). Formuvannya profesijnoyi svidomosti bibliotечноgo fahivcya yak umova effektivnoyi adaptaciyi komunikacijnih tehnologij do bibliotечноyi diyalnosti. *Visn. Hark. derzh. akad. kulturi: zb. nauk. prats*, 31, 171—181.
7. *Shestopalova O. V.* (2017). Imidzh biblioteki i bibliotekarya v informacijnom prostranstve regiona. *GБУК РК "КРУНБ ім. І. Я. Франко"*; Sost. L. V. Manzhosova. Simferopol.

Надійшла до редакції 17 червня 2019 року