

*С. А. Павлова,
кандидат филологических наук, доцент,
профессор кафедры библиотечно-
информационной деятельности
Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК

Создание позитивного имиджа у широкой общественности становится основной целью библиотечного учреждения, приоритетным направлением работы его сотрудников.

С позиции теории управления имидж рассматривается как результат системных действий, инициируемых руководством библиотеки в целях конструирования желаемого образа учреждения. В повседневной деятельности любая организация, в т. ч. и библиотека, сталкивается с параллельным существованием трех различных видов имиджа – идеальным, зеркальным и реальным. Идеальный имидж искусственно проектируется организацией и выражает ее высокие представления о себе в будущем. Он даже потенциально недостижим, но его формулировка необходима в качестве исходной точки для запуска всего процесса (вечный двигатель формирования имиджа); зеркальный имидж можно выразить формулой: «Мы считаем, что о нас думают следующим образом...»; реальный имидж – действительный образ организации, сложившийся в глазах общественности. Как видим, в формировании каждого из трех присутствует субъективный момент, делающий невозможным слияние всех имеющихся в единый гармоничный образ. Поэтому мы говорим о парадоксе неизбежного разделения имиджа на три составляющие. Однако это не признание бесполезности и ненужности соответствующих усилий. Работа над имиджем необходима для преодоления стагнации организации, ее движения вперед, самоопределения во внешней среде [5, с. 97].

Именно системность управления имиджем снижает элемент стихийности в формировании реального образа библиотеки в глазах населения.

В научных исследованиях обоснован ряд подходов к внутреннему строению и функционированию систем. Не претендуя

на полное рассмотрение всех существующих подходов, обратимся к концептуальной точке зрения В. Г. Афанасьева, рассматривающего следующие аспекты: системный, системно-структурный, системно-функциональный и системно-интегративный [1]. В контексте заявленной темы нас интересует системно-структурный аспект, который раскрывает внутреннее качество системы, показывает способы взаимодействия, взаимосвязи, подчиненность организационной структуры, миссии и задачам библиотеки. Следует подчеркнуть важное качество организационной структуры – ее динамичность. В сложившихся условиях функционирования библиотеки предполагается возникновение новых системных качеств ее компонентов, что позволяет рассматривать организационную структуру как подсистему управления имиджем библиотеки.

Речь идет о создании структурного подразделения публич-рилейшнз, которое концентрирует и целенаправленно использует необходимые имиджевые PR-технологии. Такое подразделение, к сожалению, сегодня имеется только в Национальной библиотеке Беларуси. Крупные библиотеки – областные, центральные, научные главных университетов, научные Академии наук Беларуси, центральные отраслевые – не рассматривают публич-рилейшнз как функцию управления, поэтому в их организационной структуре отсутствуют подобные подразделения. Создание такого отдела в библиотеках других видов, например в публичных (филиалах), зависит от их ресурсных возможностей, а также от позиции руководства библиотеки, рассматривающего (или не рассматривающего) PR-технологии как эффективный инструмент в осуществлении ее целей, формировании имиджа.

Однако стоит отметить, что организационные структуры библиотеки не были предметом исследований и никогда не анализировались в проблемном аспекте. Усилия специалистов сосредоточивались на разработке унифицированных, типовых структур, вместе с тем в 2005 г. в структуре Национальной библиотеки Беларуси был создан социокультурный, многофункциональный социальный и культурно-досуговый комплекс [3, с. 62–67]. Это свидетельствует о системном подходе в социокультурной деятельности НББ и позволяет коллективу широко внедрять в практику работы социальные технологии,

развивая один из эффективных инструментов публич рилейшнз – социальное партнерство.

В качестве примера можно назвать крупномасштабный проект к 500-летию белорусского книгопечатания – воссоздание в виде факсимильного издания книжного наследия Ф. Скорины. Проект был поддержан правительством страны, Белорусской православной церковью, широкими кругами общественности: получил не только необходимую организационную, но и финансовую помощь. Его реализация позволила провести научное исследование творчества наиболее яркого белорусского представителя эпохи Возрождения, вернуть книжное наследие белорусского и восточнославянского первопечатника Франциска Скорины в научный и общественный оборот; представить Беларусь как государство с богатой и древней культурой, тесными историческими связями с европейской цивилизацией; пополнить фонды крупнейших библиотек мира и Беларуси качественными копиями ценнейших книжных памятников нашей страны [4, с. 3–14]. Без преувеличения, это самый значимый проект, демонстрирующий все виды социального партнерства. Отметим, что виртуальные проекты Национальной библиотеки Беларуси представлены на трех языках (белорусском, русском и английском).

Наглядным примером масштабов международной деятельности НББ может выступить и проведение комплекса мероприятий, посвященных 500-летию белорусского книгопечатания. Представители НББ лично провели презентации издательского проекта в 15 странах мира. Успешно выполнена одна из амбициозных задач – передача в дар издания «Книжное наследие Франциска Скорины» библиотекам, научным и образовательным учреждениям, архивам, музеям, общественным организациям 70 зарубежных стран. Это только два примера из общего объема международной работы одного года.

Системный подход в работе НББ является основой развития социокультурной деятельности и социального партнерства. Все его виды просматриваются в реализации социального проектирования: гражданское партнерство, партнерство с информационными организациями, партнерство с организациями культуры, общественными организациями, образовательными учреждениями, экономическое и профессиональное.

Вместе с тем в Беларуси не сформулирована целостная концепция социального партнерства, инновационного аспекта в

деятельности библиотечно-информационных учреждений, адаптированная к деятельности подобных учреждений.

В качестве технологий адаптации библиотек к новой экономической и социокультурной среде в системе социального партнерства можно назвать маркетинговые технологии, принципы современного менеджмента, планирование и проектирование библиотечной деятельности. Различные аспекты применения новых социальных технологий в библиотечной практике нашли отражение в работах А. Н. Ванеева по библиотечной конфликтологии, Н. В. Жадько – библиотечному проектированию, В. К. Колюева, Е. М. Ястребовой – маркетингу. Публик рилейшнз посвящены труды Е. В. Никоноровой, библиотечному менеджменту – И. М. Сусловой, библиосоциологии – Р. А. Трофимовой. Философские, культурологические, социологические, экономические исследования таких авторов, как Г. М. Бирженюк, М. Г. Ганапольский, Т. М. Дридзе, Б. С. Ерасов, Т. И. Заславская, А. П. Марков, А. Я. Якобсон, раскрывают влияние территориальных факторов на формирование социальных технологий. Эти факторы являются определяющими, т. к. люди разных национальностей, профессий, классов объединены общим местом обитания, сосуществуют в едином пространстве, которое формируется в процессе их совместной деятельности: социокультурной, экономической, профессиональной и др. [6].

Инновационной тенденцией развития социального партнерства является активное освоение социальных медиа. В библиотечной среде бытует убеждение, что интерактивные социальные сообщества станут тем инновационным инструментом, с помощью которого библиотеки могут выстраивать качественно новую коммуникацию со своими читателями (в частности использовать их потенциал для решения различных задач с помощью краудсорсинга).

Социальные медиа приносят в нашу жизнь преобразования, которые касаются не только (и не столько) коммуникаций, но и менеджмента, внедрения инноваций. Одним из ключевых явлений, наблюдаемых сегодня, является формирование инновационной модели коммуникации, построенной на глобальном сетевом сотрудничестве людей между собой.

Ключевыми инструментами, которые библиотеки могут использовать для формирования эффективных краудсорсинг-

решений, выступают профессиональные сообщества в рамках социальных медиа для обмена опытом; сообщества для выявления потребительского инсайта: сервисы, в рамках которых любой желающий может высказать свою идею, а другие посетители – проголосовать за нее; user generated-конкурсы, предлагающие пользователям придумать дизайн сайта, продукта, предложить новый вид услуги и т. д., позволяют не только получать значительное количество свежих идей, но и создавать мощные информационные поводы, демонстрируют готовность к сотрудничеству; плагины рекомендаций дают возможность показывать пользователям социальных медиа мнение других посетителей, учитывая социальный граф (мнение друзей), автоматически собирать самый интересный контент на сайте и персонализировать его [2].

Интернет-технологии дают возможность библиотекам использовать имеющиеся платформы в социальных сетях, вести статистику пользовательской аудитории, изучать предпочтения и общественное мнение о деятельности учреждения. Социальные технологии, в частности краудсорсинг, позволяют оперативно создавать досуговые, научно-исследовательские социальные проекты при участии читателей, игнорируя типологические и хронологические параметры и тем самым представляя уникальные возможности для развития библиотек в обществе.

1. Афанасьев, В. Г. Общество, системность, познание и управление / В. Г. Афанасьев. – М. : Политиздат, 1981. – 432 с.

2. Балахнин, И. А. Горизонтальный мир: Экономика, инновации, новые медиа / И. А. Балахнин. – М. : Ideabooks Publishing, 2012. – 94 с.

3. Долгополова, Е. Е. Системный подход как основа развития социокультурной деятельности Национальной библиотеки Беларуси / Е. Е. Долгополова // Вестн. Библ. Ассамблеи Евразии. – 2019. – № 1. – С. 62–67.

4. Мотульский, Р. С. Книжное наследие Франциска Скорины: Международный научный издательский проект (к 500-летию белорусского и восточнославянского книгопечатания) / Р. С. Мотульский // Библиография. – 2019. – № 3. – С. 3–14.

5. Орлов, В. В. PR-технологии в управлении имиджем библиотеки : учеб.-практ. пособие / В. В. Орлов. – М. : Литера, 2015. – 97 с.

6. Яковлева, Н. В. Социальные технологии в структуре библиотечной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / Н. В. Яковлева. – Новосибирск, 2004. – 231 с.