

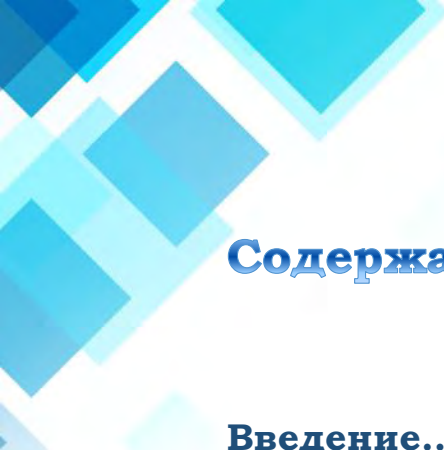
Государственное учреждение
Луганской Народной Республики
«Центральная библиотека г. Брянки»

Создание положительного имиджа библиотеки

Доклад подготовила:
зам. директора ГУ ЛНР «ЦБ г. Брянки»
Каковкина С. С.

г. Брянка

2020



Содержание

Введение.....	3
Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности.....	4
Роль библиотекаря в формировании положительного имиджа библиотеки в информационном пространстве региона.	24
Литература.....	29

Введение

Одним из традиционных информационных институтов, которые в последнее время привлекают особое внимание исследователей и ученых, является библиотека, находящаяся в процессе трансформации и определения своего места в структуре информационных институтов современного общества.

Библиотека существует не сама по себе и не для себя. Ее существование оправдано и обусловлено тем, насколько эффективно она выполняет свои социальные функции. Вся деятельность библиотечных учреждений должна быть подчинена одной общей и глобальной цели – оптимальному культурно-информационному обеспечению жизнедеятельности общества в целом и каждого читателя в частности. Понимание функций библиотеки связано с осмыслением её как культурно-просветительного и интеллектуально-досугового центра, как места общения людей.

В настоящее время вряд ли кто-то будет оспаривать необходимость создания привлекательного имиджа библиотеки. В сознании современного человека закрепляется представление об имидже как об определенной ценности, от наличия и качества которой зависит успешность любой деятельности.

Путь к определению статуса, роли и функций библиотек лежит через анализ общественного мнения, через впечатление, производимое библиотекарями на пользователей.

Способом успешной работы библиотек в новых условиях также является взаимодействие с новейшими информационными технологиями, правильное понимание своего места и роли в современном информационном обществе.

Благоприятный имидж библиотеки помогает привлечь пользователей, обеспечить приток в профессию молодых специалистов.

Долгое время библиотекари не пытались сломать стереотипное представление о себе. Но прошло время, и внутри библиотечного сообщества произошёл целый ряд изменений. Приходит понимание себя и места своей профессии в мире, возникает потребность во взгляде на себя со стороны, встаёт вопрос имиджа библиотечной профессии, который зависит не только от стереотипов, но и от реальных достоинств библиотеки.

Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности.

Понятие «имидж» происходит от английского слова «image» – «образ», «представление». Имидж – образ-представление, который создают (строят, конструируют, программируют) специально для объекта.

Создание имиджа библиотеки в информационном пространстве – процесс, необходимый и актуальный. Если не выстраивать целенаправленно собственный имидж, он будет формироваться спонтанно. Точно так же, если не выстраивать и не контролировать развитие библиотеки, этот процесс не сможет отвечать новой парадигме, не будет системным и всеобъемлющим, библиотека не сможет интегрироваться в мировую информационную среду, в единое медиа пространство.

Имиджевая библиотечная политика долгосрочна и прогнозируема, направлена на формирование общественного мнения, создание ценностных установок, увеличивающих возможность представления библиотечно-информационных услуг пользователям.

Забота о совершенствовании имиджа – это наглядное доказательство того, что библиотечному учреждению небезразличны запросы его пользователей.

Построение целостного имиджа библиотеки – это не разовые рекламные мероприятия и кампании, а регулярная работа по разработке и проведению мероприятий, ориентированных на формирование элементов имиджа. Имидж библиотеки состоит из внешнебиблиотечного и внутрибиблиотечного.

Внешибиблиотечный имидж – это то, как библиотеку воспринимают ее посетители, общественность, местная власть. Создание позитивного имиджа, формирование надежной репутации среди широкой общественности становится основой современного библиотечного учреждения и его приоритетным направлением.

Библиотека, пользующаяся авторитетом у читателей, имеет больше шансов получить дополнительные субсидии от местных властей, спонсорскую помощь.

На формирование внешнего имиджа библиотеки оказывают влияние ряд факторов. Это качество продукта и услуги, внешний и внутренний вид здания, комфортность библиотечной среды, связь со средствами массовой информации, реклама, уровень проведения мероприятий (в т. ч. участие в благотворительных акциях).

Имидж современной библиотеки формируется под влиянием предоставляемых продуктов и комплекса услуг, который она обеспечивает. Библиотечные специалисты должны быть активны в предоставлении информационного сервиса, что будет влиять на их имидж. Вопросы качества предоставления библиотечно-информационных услуг и продуктов имеют особую актуальность и являются приоритетными в деятельности публичных библиотек. Само понятие **качество** весьма неоднозначно, однако суть его применительно к библиотечной деятельности заключается в наиболее полном удовлетворении запросов пользователя путём максимально точного соблюдения всех его требований и пожеланий.

Среди основных характеристик качества услуги, обеспечивающих её способность удовлетворять определённые потребности пользователей, назовём надёжность, оперативность, доверительность, коммуникативность, доступность, внимательное отношение к пользователю и его запросам и др.

Выделим три блока требований, способствующих повышению качества услуг и имиджа библиотеки:

1. К предоставляемым библиотечно-информационным продуктам и выполняемым услугам (оперативность, актуальность, полнота, достаточность, оптимальное использование возможных ресурсов и др.);
2. К технологии предоставления услуг (удобство, доступность, комфорт, соответствующее программное обеспечение, дружелюбный интерфейс, дополнительные сервисы);
3. К квалификации сотрудника, оказывающего услуги (деловые и личностные качества, профессионализм, коммуникационные компетенции).

Библиотеки стремятся предоставлять услуги качественно, оперативно, с учётом предпочтений пользователей, что положительно влияет на имидж библиотеки в целом.

Важными факторами, влияющими на формирование имиджа библиотеки, являются месторасположение, внешний вид здания и вид интерьеров. Большинство библиотек не имеет специально спроектированных зданий, а размещается в непригодных зданиях и помещениях, не отличающихся интересным архитектурным обликом. Необходимо чтобы библиотека имела своё «лицо». Общей проблемой для многих библиотек является нехватка площадей для размещения фондов и организации обслуживания, а также их недоступность для лиц с ограниченными физическими возможностями.

Важными элементами, воздействующими на формирование имиджа здания библиотеки, считаются состояние прилегающей территории, крыльцо и ступени, входная дверь, вывески и указатели, двери и окна, вестибюль с различными объявлениями, абонемент, читальный зал, лестницы, оформление кафедр выдач, вид каталогов.

Необходимо правильно оформить вывеску: именно по ней нередко формируется первичное представление о библиотеке. Вывеска должна быть хорошо заметной, интересной, а в большинстве случаев вывески представляют собой обычную плоскую доску с наименованием библиотеки, которую в вечерние часы просто не видно.

Желательно предусмотреть несколько мест для отдыха читателей. В вестибюле напротив входа в одном месте на хорошо заметном информационном стенде должна быть собрана вся общая информация (правила пользования, перечень всех предоставляемых услуг, стандарты на оказание услуг, режим работы, информация о месте положения отделов/филиалов), чтобы читатель мог обратить на неё внимание. Пользователь должен получить всю необходимую ему информацию о библиотеке и её услугах и не запутаться в объявлениях.

Управление комфортной библиотечной средой – это создание условий для творческой деятельности читателей и каждого сотрудника библиотеки, участвующего в процессе обслуживания.

Важную роль в обеспечении комфортности библиотечного обслуживания играет компетентный и доброжелательный персонал. Уровень комфортности библиотечного обслуживания зависит от дружелюбия, внимательного и уважительного отношения к читателю и его интересам с учетом личностных

психологических характеристик. Не следует также забывать о том, что многие негативные представления населения о библиотеке основаны на внешнем виде библиотечных работников, их голосе, речи и манерах поведения. Общие правила создания индивидуального имиджа довольно просты: нужно иметь чувство собственного достоинства, веру в себя.

Библиотечный формат Public Relations (связи с общественностью) можно определить как средство формирования доверительного и уважительного отношения к библиотеке со стороны пользователей, а также как искусство и науку создания делового имиджа организации на основе правовой, официальной, событийной и иной оперативной информации.

Необходимо специально подчеркнуть, что мероприятия по линии связей с общественностью должны быть направлены не столько на повышение спроса и книговыдачи, сколько на установление позитивного отношения общественности к библиотеке.

Сотрудничество со средствами массовой информации (СМИ) – важная составная часть рекламной и информационно-имиджевой политики современной библиотеки. Проводя работу со СМИ, библиотека определяет круг источников: газет, журналов, радио и телекомпаний, которые наиболее охотно сотрудничают с ней, организуют постоянные рубрики, посвященные её работе.

Государственное учреждение Луганской Народной Республики «Центральная библиотека г. Брянки» сотрудничает с местной газетой «Труд горняка». В результате такого сотрудничества библиотеки нашей системы повышают свой имидж, привлекают внимание общественности. Большое внимание уделяется материалам о возможностях библиотеки. Активно освещаются в местных средствах массовой информации различные акции, участие ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки» в конкурсах различных уровней, создании дополнительных услуг.

Я читаю книгу о войне!

В апреле ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки» запустила библио-челлендж «Я читаю книгу о войне».

«Когда родилась эта идея, мы не ожидали, что будет столько желающих принять наш «вызов», — рассказывает директор ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки» Елена Степчук. — И тут началось... На сегодняшний день уже поступило более сорока видеороликов от участников библио-челленджа, читающих произведения о Великой Отечественной войне. И, уверена, это еще не предел! Уважаемые работники учреждений культуры, преподаватели, учащиеся и библиотекари образовательных учреждений, жители нашего города, взрослые и дети!

Огромная благодарность всем, кто откликнулся на наш призыв, всем тем, кто хранит в своих сердцах память о той войне, о подвиге народа, подарившего миру Победу!

Все материалы под оригинальным хэштегом #Библио_челлендж #Я_Читаю_Книги_О_Войне можно посмотреть на страницах в соцсетях и на сайте ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки».

С книгой в парке на скамейке

Аудитория «С книгой в парке на скамейке» провели на прошлой неделе библиотекари библиотеки филиала № 5, что в ДК имени ОР.

«Наверное каждый может сказать: «А помнишь, это наша скамейка...». Вот и мы, повышая имидж библиотеки, создали образ скамейки с отдыхом в парке, а именно с чтением. — рассказали библиотекари Елена Лобанова и Вера Спосадченко. — Цель акции — привлечь новых читателей в библиотеку и напомнить население о себе и о том, что, помимо Интернета и телевидения, по-прежнему существует Книга. Парк в нашем городе удобно расположен на пути многих жителей и так и манит передохнуть на удобной скамейке. А тут и мы с книгами и предложением почитать с пользой».

Необычная скамейка с книгами разных жанров привлекала прохожих. Здесь можно было уютно расположиться и почитать любимую книгу или посмотреть журнал. Библиотекари беседовали с отдыхающими о любимых книгах, авторам, рассказывали, какие услуги можно получить в библиотеке.



«В ходе акции прохожими были подарены книги и розданы информационные листовки с адресом и контактной информацией о библиотеке. — добавили библиотекари. —

Многие участники акции заходили посмотреть нашу библиотеку, где можно взять домой почитать интересную книгу, журнал или газету».

Ольга КОТОВА

Библиотечная реклама – не дань моде. Это свидетельство того, что библиотека ориентирована на человека.

В современном информационном обществе реклама – самый действенный инструмент по информированию читателя о богатстве фонда, о широте предоставляемых услуг, созданию положительного имиджа. Поэтому перед библиотеками стоит задача освоения процесса рекламирования услуг и продукции библиотеки, создания профессиональной и эффективной библиотечной рекламы.

Рекламная деятельность как составная часть маркетинговой политики библиотеки способствует утверждению

положительного имиджа, формирует общественное мнение путём реализации системы мероприятий, устанавливающих коммуникативную связь учреждения и разных категорий населения, органов управления, власти.

Работая с рекламой необходимо учитывать ряд общих требований.

Реклама должна:

- быть достоверной;
- останавливать взгляд и привлекать читателя;
- не быть навязчивой;
- не вызывать неприятных чувств.

Эпизодическая реклама не способствует созданию целостного образа, рекламные мероприятия должны быть плановыми и хорошо продуманными, длительные рекламные компании должны сочетать различные виды рекламы и каналы распространения.

Рекламировать надо не книгу, фонд, услугу, процесс, а ту пользу, которую от них получит пользователь. При разработке рекламных объявлений нельзя использовать строгий и сухой язык.

Культурно-просветительная и интеллектуально-досуговая работа является важным средством связи библиотеки с пользователями, которое содействует объединению вокруг библиотеки читательского актива и привлечению новых читателей. Чтобы привлечь и удержать в библиотеке современных читателей, необходимо внедрять новые формы проведения мероприятий.

Для создания положительного имиджа библиотеки важен уровень проводимых мероприятий. В процессе подготовки библиотечных мероприятий необходимо четко продумывать механизмы влияния на читателей, используя приемы и рекомендации психологов, социологов и других специалистов. Проводимые мероприятия должны быть содержательными, яркими, интересными, любопытными, привлекательными, ведь только так с их помощью возможно формировать положительный имидж библиотеки и привлекать новых пользователей.

Современная библиотека невозможна без таких понятий, как менеджмент, маркетинг, фандрайзинг, но мало знать эти

понятия, надо овладеть технологиями их практического применения.

Многие библиотечные специалисты считают, что для создания имиджа библиотеки достаточно оснастить ее оргтехникой, компьютерами, сделать ремонт. Главное в работе – это информационное обслуживание, предоставление пользователям необходимой информации. И как раз владение маркетинговыми методами позволяет провести исследование деятельности своей библиотеки и ответить на вопросы: «Востребовано ли то, что вы делаете? Какие виды услуг необходимы в вашей библиотеке? Как изменились информационные запросы современных пользователей библиотеки? Какие новые фонды необходимы в данной библиотеке? Чем привлекательна библиотека? Какие мероприятия наиболее интересны?». На основе мониторинга необходимо разрабатывать проекты, направленные на реорганизацию библиотечного пространства, искать и внедрять в практику новые формы библиотечного обслуживания, расширять спектр сервисных услуг для привлечения новых пользователей. Именно маркетинг стал инструментом, который помогает оценить собственные возможности, посмотреть на себя и работу с точки зрения пользователя, изменить свои стереотипы.

Сегодня выбор, перед которым стоят библиотеки, уже заключается не в том, внедрять маркетинг или нет, а в том, как это сделать лучше.

Внутрибиблиотечный имидж определяет миссия библиотеки, фирменный стиль, библиотечные специалисты, социально-психологический микроклимат коллектива, профессиональный рост сотрудников, служебный этикет, пользователи.

Внутрибиблиотечный имидж необходимо рассматривать как неразрывную составляющую имиджа внешнего. Сотрудники являются основными информаторами пользователей о внутренней атмосфере и реальной работе, поэтому негативный внутренний имидж быстро приведет к потере доверия у пользователей.

Положительный внутренний имидж обеспечивает сплочённость коллектива, даёт уверенность в завтрашнем дне каждому работнику, стимулирует к более активной работе,

повышению собственной квалификации и т.д., что положительно отражается на внешнем облике учреждения.

Большую роль играет наличие у библиотеки фирменного стиля. Фирменный стиль – это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям учреждения и рекламным мероприятиям, улучшают запоминаемость и восприятие не только товаров и услуг, но и всей её деятельности. Такое единство позволяет выделяться среди других организаций, постоянно напоминать о себе и выглядеть в глазах своих партнеров серьезным учреждением, следящим за своим образом.

К основным компонентам фирменного стиля относятся:

- фирменные бланки и конверты, визитные карточки, бейджи, пригласительные и читательские билеты;
- сувенирная продукция: фирменные мини-блокноты, настольные блоки для записей, ручки, папки, пакеты, календари, открытки и т.п.;
- рекламная печатная продукция (проспекты, буклеты, путеводители и т.п.);
- визуальные коммуникации в библиотеке (вывески, указатели, таблички);
- внешний вид и интерьеры здания (оформление помещений, информационных стендов, выставок и т. д.).

Ниже представлены варианты печатной и издательско-рекламной продукции, оформления интерьера, оформления выставок

ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
Массовые мероприятия
на период с 27.07.2020 по 31.07.2020 г. г.



27.07 в 10:00
Видеосалон
«Волшебство
книжного лета»



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
Массовые мероприятия
на период с 06.07.2020 по 12.07.2020 г. г.

08.07 в 11:00
Экологическое ассорти
«Люблю тебя, природа, в любое время года»

10.07 в 11:00
Литературный круиз
«Путешествие по морю Л. Кассия»



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
Массовые мероприятия на период
с 24.08.2020 по 30.08.2020 г. г.

26.08 в 11:00
Историко-краеведческий ракурс
«Взглядь времен за черным золотом»
(к 85-летию Стахановского движения)

27.08 в 10:00
Исторический экскурс «Добытчики черного золота»
(к 85-летию Стахановского движения)

27.08 в 11:00
Вечер-чествование
«Вошли в забой, как в собственный источник»
(к 85-летию Стахановского движения)

27.08 в 13:00
Историко-краеведческий час
«Его именем назвали город»

ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
Массовые мероприятия
на период
с 20.07.2020 по 26.07.2020 г. г.

20.07 в 12:00
Видеосалон
«Крупнейшие монастыри земли Луганской»

23.07 в 11:00
Литературно-музыкальная композиция
«Я песне отдаю всё сполна»
(к 105-летию М. Матусовского)

24.07 в 14:00
Презентация книг
«Смелые фантазии фэнтези»



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

14.08 в 11:00
Литературные чтения
«О веселых людях
и хорошей погоде»

Массовые мероприятия
на период с 10.08.2020 по 16.08.2020 г. г.



БИБЛИОТЕЧНОЕ ОНЛАЙН-ЛЕТО
«ЛЕТО. КНИГА. ТВОРЧЕСТВО»

«Читай, смотри и отдыхай,
лето к тебе придёт»

ВОТ И НАСТУПИЛИ ДОЛГОЖДАВШИЕ ЛЕТНИЕ КАНИКУЛЫ. ЦЕЛЫХ 92 ДНЯ СВОБОДЫ! ПРЕКРАСНАЯ ПОГОДА И ЯРКИЙ СОЛНЕЧНЫЙ СВЕТ, СМЕХ И РАДОСТЬ, МОРЕ ЭМОЦИЙ И ЧУДЕСНОЕ НАСТРОЕНИЕ. И, КОНЕЧНО ЖЕ, – НАСТОЯЩИЙ УВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КНИЖНЫЙ МИР, КОТОРЫЙ ПОДАРИТ УДИВИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И НЕЗАБЫВАЕМЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ.

ДОРОГИЕ РЕБЯТА! НАШИ БИБЛИОТЕКИ ГОТОВЫ ПРЕВРАТИТЬ ВАШ ЛЕТНИЙ ОТДЫХ В УВЛЕКАТЕЛЬНОЕ И ЗАПОМИНАЮЩЕЕСЯ ПУТЕШЕСТВИЕ. НА НАШЕМ САЙТЕ И СТРАНИЦАХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ «ВКОНТАКТЕ», «ОДНОКЛАССНИКИ», FACEBOOK ВАС ЖДУТ ДОБРЫЕ ДРУЗЬЯ – КНИГИ И, КОНЕЧНО ЖЕ, МЫ – БИБЛИОТЕКАРИ. МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ С ПОЛЬЗОЙ ЗАПОЛНИТЬ ВАШЕ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ: УЗНАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ, НЕИЗВЕСТНОЕ, ПРОЯВИТЬ ТВОРЧЕСКОЕ ВООБРАЖЕНИЕ. ДЛЯ ВАС МЫ ПОДГОТОВИЛИ ЛИТЕРАТУРНЫЕ ЗНАКОМСТВА И ВСТРЕЧИ, АКЦИИ И ТУРНИРЫ, ИГРЫ И ВЫКТОРИНЫ, ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И МАСТЕР-КЛАССЫ И ЕЩЕ МНОГО ИНТЕРЕСНОГО. ИМЕННО ДЛЯ ВАС МЫ СОЗДАЛИ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПОДКАСТ «ЛЕТО НА КНИЖНОЙ ПОЛКЕ» В СТИЛЕ ВИДЕОПЕРЕДАЧИ В ИНТЕРНЕТЕ. ЗДЕСЬ КАЖДУЮ СРЕДУ И ПЯТНИЦУ С 10.00 ДО 10.35 МЫ БУДЕМ ЧИТАТЬ ДЛЯ ВАС ВСЕМИ ЛЮБИМЫЕ И ДОБРЫЕ СКАЗКИ, ЗАХВАТЫВАЮЩИЕ ПОВЕСТИ И РАССКАЗЫ. НАДЕЕМСЯ, ЧТО ДЛЯ МНОГИХ ИЗ ВАС ЛЕТНЕЕ ЧТЕНИЕ СТАНЕТ УВЛЕКАТЕЛЬНЫМ, ИНТЕРЕСНЫМ И ПОЛЕЗНЫМ.

Международный день защиты детей!

ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
Центральная библиотека

День хорошего настроения
«Вот оно какое,
детство золотое»

Предлагаем ЗАГАДКИ, кроссворды, РЕБУСЫ, ВЕСЕЛУЮ ЗАРЯДКУ, которая подымет настроение.

Заняться творчеством: рисованием, поделками из бумаги и картона, ОРИГАМИ, а любознательные узнают, кто придумал библиотеки.

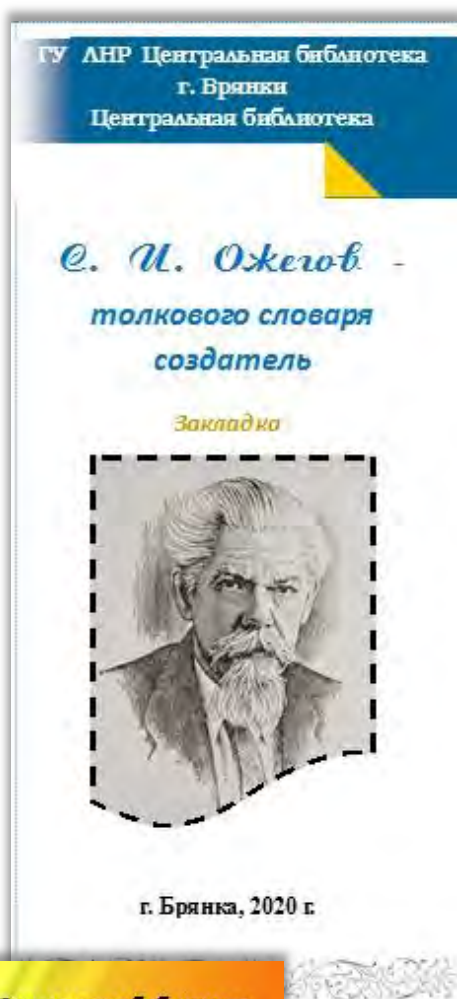
Надеемся, что вы получите море впечатлений, много светлых и счастливых улыбок и зарядитесь хорошим настроением на весь день.



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»



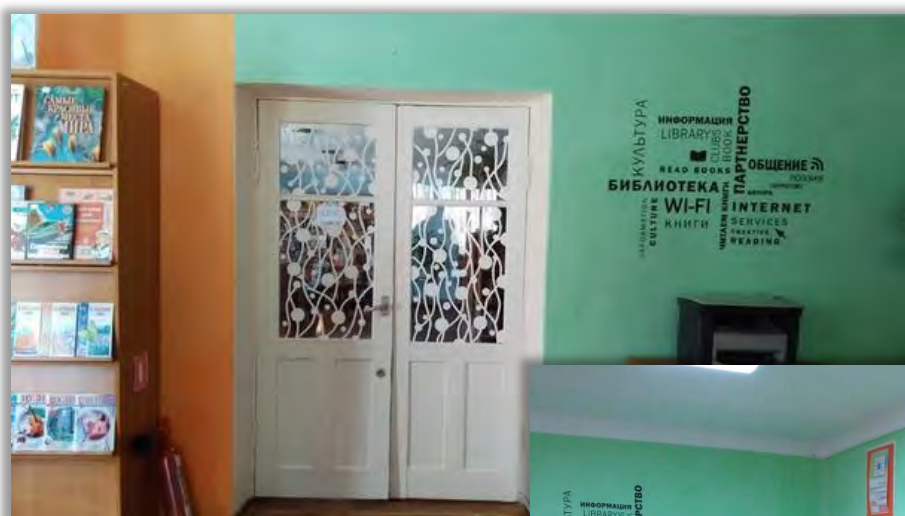
ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

Вывески, указатели, таблички



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

Оформление помещений



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

Оформление помещений



ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»

Оформление выставок



Имидж библиотечных специалистов непосредственно связан с выполнением профессиональных обязанностей и складывается из внешнего облика, манеры поведения, умения общаться. Если раньше библиотекари, хорошо выполняющие свою работу, могли быть уверены в завтрашнем дне, то современные библиотекари нуждаются в активном маркетинге себя и своей роли в обществе.

От того, какое впечатление библиотекарь производит на окружающих, во многом зависит его успех. Библиотекари больше не могут позволить себе оставаться равнодушными к тому, какое впечатление они сами и их библиотека производят на окружающих, так как от этого напрямую зависит статус, роль и востребованность их учреждения.

В настоящее время для поднятия престижа профессии в обществе необходимо активное раскрытие сущности библиотечной профессии и роли библиотекаря среди широкого круга общественности.

Сегодня уже недостаточно ограничиваться только профессиональными публикациями и мероприятиями для сугубо библиотечного общества. Возникла необходимость с помощью средств массовой информации раскрыть важность и значимость деятельности библиотекаря в повышении общего культурного уровня государства, вклада библиотек в воспитание подрастающего поколения.

Что же нужно сделать для формирования положительного имиджа библиотекаря? Прежде всего, чтобы сломать негативное восприятие в обществе имиджа библиотекаря, надо сломать это восприятие в душе каждого из нас.

Об имидже библиотек будут судить по имиджу каждого сотрудника библиотеки. И если мы хотим, чтобы у потенциального пользователя было восприятие библиотекаря как специалиста в области информации, а не «объекта для выдачи книг», то нужно формировать соответствующий образ.

Сотрудникам библиотек не должно быть безразлично как они выглядят со стороны, потому что через впечатление, производимое ими и их библиотеками на пользователей, лежит путь к определению статуса и роли библиотеки. Библиотекари должны быть активны в предоставлении информационного сервиса, что будет влиять на их имидж.

Одна из главных задач по формированию имиджа библиотечной профессии – это создание приятного мнения о библиотекарях.

Ни о каком имидже библиотекаря не может идти речь, если он не обладает профессиональными компетенциями. Признано, что библиотекарь, библиограф – это такие же специалисты, как учитель, врач, инженер. И в работе библиотек имеется своя специфика, которая в большей степени понятна, знакома, выполняема людьми, специально обучавшимися этой профессии. И именно профессионал, человек преданный своему делу, создаст современную библиотеку.

Умение работать на компьютере, свободное ориентирование в Интернете дают возможность участвовать в проектах и конкурсах, обучаться дистанционно.

Современная жизнь все время поднимает уровень требований, которому должны соответствовать библиотекари, и очень трудно удержаться на этом уровне. Создание позитивного имиджа, формирование надежной репутации среди широкой общественности – основа современной библиотеки.

Профессиональный рост специалистов библиотеки – это составная часть имиджа библиотечных сотрудников. Актуальным становится создание системы непрерывного библиотечного образования. Потребность в постоянном обучении, повышении своей квалификации и как следствие – изменение пространства вокруг себя. Если раньше библиотека с хорошим книжным фондом была пределом мечтаний, то современная информационная ситуация и появление новых нетрадиционных для библиотеки информационных продуктов ставит вопрос о создании на базе библиотек культурно-просветительских и интеллектуально-досуговых центров.

На создание положительного внутрибиблиотечного имиджа влияние оказывает служебный этикет, формирующий стиль отношений в коллективе, в котором тесно переплетаются формальные и неформальные элементы служебного взаимодействия. Он включает в себя такие неформальные элементы, как настроение, манеру приветствия и обращения руководителя к сотрудникам, формы и методы критики. Знание служебного этикета – необходимое профессиональное качество. Принятые в коллективе нормы делового взаимодействия складываются в служебный этикет, определяющий правила

поведения в ситуациях, когда люди выступают в официальных ролях руководителя и подчиненного.

Главное в профессии библиотекаря – непосредственное общение с людьми, а принцип, положенный в основу этого общения, – постоянное внимание к их интересам, стремление наиболее полно удовлетворить читательские запросы. Читатель – желанный гость, а не докучный, надоевший посетитель. Этика общения предписывает библиотекарю, во-первых, слышать не себя, а собеседника, во-вторых, демонстрировать готовность понять и выполнить просьбу читателя, в-третьих, сохранять спокойный, доброжелательный тон, даже если читатель позволит себе какие-либо нарушения этикета. Из интереса к человеку, неравнодушия вытекает и желание понять его, поэтому высокий профессионализм требует еще и знания психологии, умения разбираться в людях, адекватно откликаться на их поведение и состояние.

Вопросы профессиональной этики играют заметную роль в деятельности сотрудников библиотеки. Именно этика призвана создавать деловую атмосферу, повышать уровень культуры библиотечных специалистов, а тем самым и статус библиотеки, и престиж библиотечной профессии.

С другой стороны, библиотекарь выступает как педагог по отношению к читателям, применяя в практике работы методы воздействия на них в процессе индивидуальных бесед, рекомендации книг. Этим достигается имиджевое воздействие библиотекаря на читателей, что, в свою очередь, требует от библиотекаря повышения профессиональной квалификации, чтобы соответствовать запросам всех категорий посетителей библиотеки.

Высокий уровень культуры общения, уютная и комфортная атмосфера в библиотеке, получение необходимой информации – всё это способствует укреплению имиджа библиотек среди населения.

Роль библиотекаря в формировании положительного имиджа библиотеки в информационном пространстве региона.

Информационное пространство – это не только и не столько технологическая база, представленная рассредоточенным по всему земному шару компьютерно-телекоммуникационным оборудованием, каналами связи, средствами доступа к данным и самими данными. Это, прежде всего, система отношений между производителями, распространителями, хранителями и потребителями информации, то есть между всеми участниками нынешней системы информационных коммуникаций.

Современная библиотека создаёт возможности для членов общества удовлетворять свои информационные потребности через совокупность документов, накопленных в фондах, а также использовать для этих целей информационные ресурсы других библиотек и учреждений.

Современный библиотечный специалист должен обладать знаниями и навыками в области информатики, лингвистики и менеджмента знаний, хорошо владеть информационно-коммуникационными технологиями. Библиотекари все больше заняты оценкой, интерпретацией и фильтрацией информации, установлением определенных связей между информационными массивами, которые иногда даже не имеют отношения к данной библиотеке, чтобы обеспечить доступ к широкому спектру информационных носителей для различных типов пользователей.

Организуя доступ к накопленным информационным ресурсам, обеспечивая навигацию в них, библиотечный специалист формирует и удовлетворяет информационные, образовательные и культурные потребности пользователей, обеспечивая интеграцию их стремлений, действий и интересов, а также устойчивое развитие человеческого общества.

Современная библиотека накапливает и передает знания, культурные нормы и ценности от поколения к поколению, способствуя социальной адаптации и социализации человека на протяжении всей жизни. Она становится не только активным

участником информационного производства, но и необходимым инструментом управления знаниями.

Особенность информационной функции современной библиотеки в том, что она реализуется ею в тесном взаимодействии с другими субъектами информационного процесса, с использованием различных каналов распространения информации. Библиотека активно участвует в оценке, интерпретации и фильтрации информации, в установлении определенных связей между информационными массивами, чтобы обеспечить доступ пользователей к широкому спектру источников знаний и социально значимой информации. Поэтому библиотечные специалисты должны владеть знаниями и навыками работы в информационном пространстве.

В распоряжении библиотек есть следующие стратегии в развитии онлайн-услуг:

- использование современных веб-технологий и сервисов в обслуживании пользователей (позволяет создать комфортные условия получения услуг с учётом уровня развития современных технологий и предпочтений пользователей, повысить имидж библиотеки, увеличить число пользователей);
- расширение спектра предоставляемых услуг и категорий пользователей (позволяет увеличить число пользователей);
- предоставление дополнительных библиотечно-информационных, справочно-библиографических и иных услуг (способствует привлечению в библиотеку читателей);
- стимулирование сотрудников, выполняющих онлайн-услуги библиотеки, к повышению квалификации и развитию навыков коммуникации (даёт возможность укрепить доверие пользователей, повысить имидж библиотеки, обслуживать значительно большее количество пользователей);
- разработка систем мониторинга и оценки качества предоставляемых онлайн-услуг с учётом мнения пользователей и на основе изучения статистических данных, контентного анализа, опросов, в том числе проводимых с помощью интерактивных форм взаимодействия и др. (даёт возможность выбрать направления работы по повышению качества услуг, учитывать результаты оценки при планировании деятельности библиотеки).

Реализация перечисленных выше стратегий будет способствовать повышению качества услуг, росту доверия

пользователей к библиотекам, увеличению числа пользователей и, соответственно, повышению репутации библиотеки в веб-пространстве.

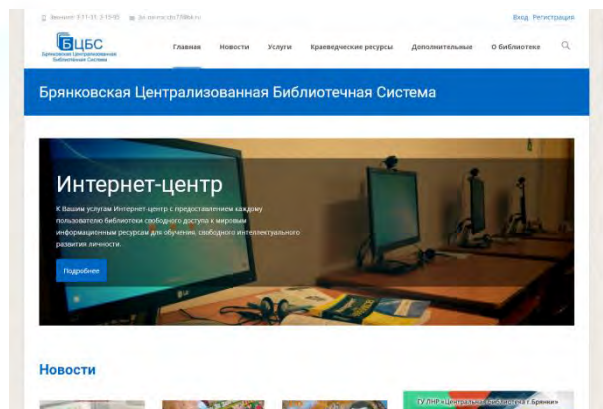
Веб-сайт библиотеки как средство создания позитивного имиджа.

Современной формой обслуживания пользователей и оперативным каналом доступа к информации и библиотечным ресурсам становится веб-сайт библиотеки. Создание комфортного информационного пространства – это не самоцель, важно создать среду, которая располагает к чтению, усиливает положительные впечатления от книги и вызывает желание вернуться в эту библиотеку вновь. Общество XXI века – общество информационное.

Сегодня всё большее число коммуникаций совершается с помощью Интернета. Многие виды деятельности не представляются без интерактивной виртуальной среды, её огромных возможностей. В телекоммуникационное пространство Интернета уверенно вошли и библиотеки. Интернет как информационная среда даёт возможность не только получить необходимую информацию, но и предоставить сведения о себе.

Создание сайта и работа сайта – это продвижение информации на более высокие функциональные уровни, участие в формировании позитивного имиджа библиотеки, привлечение внимания к имеющейся интеллектуальной продукции и оказываемым услугам по её предоставлению, обеспечение притока в библиотеку новых заинтересованных пользователей в том числе удаленных.

Библиотечные веб-сайты, как правило, содержат традиционный набор элементов. Прежде всего, это главная, или домашняя, страница, которая обеспечивает вводную информацию о сайте, направляет пользователя к другим его страницам. Основная контактная информация о библиотеке: адрес, часы работы, номер телефона, правила записи читателей, структура, адреса электронной почты библиотечных отделов.



Сайт ГУ ЛНР «Центральная библиотека г. Брянки»
<http://bcbs.lg.ua/>

Непременным элементом сайта является информация о библиотеке, её истории, отделах и услугах, новостях, различных мероприятиях для читателей.

Главным информационным продуктом библиотек по праву можно считать электронный каталог. Виртуальный электронный каталог, то есть каталог с удаленным сетевым доступом, значительно расширяет диапазон возможностей потенциальных пользователей.

На сайте ГУ ЛНР «ЦБ г. Брянки» (Брянковской ЦБС) еще с 2012 года успешно работает раздел «Краеведение», в котором отражена вся собранная и систематизированная библиотекарями информация о городе Брянка и Луганщине в целом. Но этого нашим пользователям недостаточно. Для расширения доступа к краеведческому фонду и в то же время сохранения книжных изданий, библиотекари центральной библиотеки поставили перед собой амбициозную и нелегкую задачу по приближению книги о родном крае к читателю, особенно в условиях отсутствия специальных программ и устройств по автоматизации библиотечных процессов, позволяющих не только оцифровать библиотечный фонд, но и создать электронный каталог. Так, библиотекарями начата работа по оцифровке краеведческих документов своими силами и подручными средствами. На данный момент уже насчитывается 235 оцифрованных документов краеведческой тематики. На сегодняшний день проект **«Электронная краеведческая библиотека»** представлен в сети двумя разделами: **Природа родного края, История края**. Активно ведется работа над третьим разделом - **Литература Луганщины**.

Доступ к документам «Электронной краеведческой библиотеки» возможен как в центральной библиотеке, так и в сети Интернет - сайт ГУ ЛНР «ЦБ г. Брянки»: <http://bcbs.lg.ua/> Ценность созданного электронного ресурса — в сохранении документального наследия нашего города и Луганщины в целом.

Итак, можно смело сказать, что сегодня представление библиотеки в Интернете не дань модному веянию, а осознанная форма работы, продиктованная временем.

Активно работающий веб-сайт позволяет библиотеке реализовать ряд задач по ее продвижению в международном информационном обществе и повышению комфортности обслуживания пользователей. Если у библиотеки есть собственное представительство в Интернете, то её пользовательская аудитория способна расшириться до весьма серьезных размеров. При этом необходимо помнить, что виртуальный читатель должен быть обслужен не хуже читателя реального.

К имиджу необходимо относиться не как к панацее от всех бед, а как к отдельному социокультурному феномену, способному принести пользу лишь при внимательном и осторожном обращении. Совершенствование имиджа библиотеки как социального института – эволюционный, а не революционный путь, при котором нельзя стремиться лишь к сиюминутным успехам.

Литература

1. Аверьянова Н. В. Имидж библиотеки как фактор её развития [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://nashaucheba.ru>. 19.06.2017 г. – Загл. с экрана.
2. Алтухова Г. А. Основы библиотечного имиджа : учеб.-метод. пособие / Г. А. Алтухова. – Москва. : Литера, 2008. – 224 с. –(Соврем. библиотека. Вып. 33).
3. Бинецкий А. Внутренний имидж компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprnpou.ru/article.php?idarticle=001840> 19.06.2017г. – Заглавие с экрана.
4. Борисова О. Взгляд социолога на рекламу / О. Борисова // Библиотека. – 2007. – № 9. – С. 58-60.
5. Борисова О. Реклама в библиотеке : учеб.-практ. пособие / О. Борисова. – Москва. : «ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ», 2005. – 216 с.
6. Головки С.И. Социально-культурные функции библиотечной профессии / С.И. Головки // Библиотековедение. – 2004. – № 6. – С. 33.
7. Езова С. Кодекс в контексте этикета / С. Езова // Библиотека. – 2010. – № 2. – С. 36-38.
8. Иванова Т. И. Проблема имиджа библиотечной профессии на современном этапе (на примере школьных библиотекарей) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lib.chernmms.edusite.ru/p33aa1.html> 19.06.2017 г. – заголовок с экрана.
9. Матвеев М. Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен : моногр. – Санкт Петербург, 2009. – 339 с.
10. Справочник библиотекаря / под ред. А. Н. Ванеева, В. А. Минкиной. – Санкт Петербург. : Изд-во «Профессия», 2000. – 432 с. – (Серия «Библиотека»).
11. Столяров Ю. Н. Библиотека: структурно-функциональный подход / Ю. Н. Столяров. – Москва. : Книга, 1981. – 255 с.