

МЕДВЕДЕВА Евгения Андреевна,
доцент кафедри філософії, культурології
и інформаційної діяльності
Восточноукраїнського національного
університету ім. В. І. Даля,
канд. пед. наук, доцент ВАК



PUBLIC RELATIONS В БІБЛІОТЕКЕ КАК ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ И ПРЕПОДАВАНИЯ

УДК 659.4:02:37

О Public Relation в библиотеке как предмете изучения исследователей и практиков библиотечного дела, а также как предмете преподавания в системе высшего образования, его целях, задачах и профессиональных компетенциях, форме обучения.

Ключевые слова: *Public Relation в библиотеке, PR-деятельность библиотеки, учебная дисциплина “Public Relation в библиотеке”, последипломное обучение библиотекарей.*

Для обеспечения успешных взаимодействий библиотеки и ее сотрудников в сфере социальных коммуникаций как на внешнем, так и внутреннем уровнях, широко используются комплексные стратегии и тактики связей с общественностью – Public Relation (PR). Несмотря на то, что в отечественной библиотечной сфере PR-деятельность получила распространение не так давно, тем не менее, ее основные направления успешно осваиваются специалистами библиотек разных типов и видов. Об этом свидетельствуют многочисленные публикации в профессиональной печати, среди авторов которых как признанные мэтры библиотековедения, так и молодые исследователи, практики библиотечного дела: В. С. Бабич, С. Барабаш, О. Башун, О. Борисова, А. Ванеев, Н. Ворожейкина, С. Головаха, В. Здановська,

Е. Кьяныця, О. Марьина, М. Матвеев, С. Матлина, О. Мацей, Т. Менько, С. Назарьева, Е. Никонорова, В. Орлов, Р. Панова, П. Поперечна, Е. Прокопенко, О. Таланчук, Л. Чорна, В. Ярощук и др.

Материалы публикаций посвящены, главным образом, переосмыслению общих представлений о различных направлениях Public Relation применительно к библиотеке как социальному институту в целом, либо к особенностям функционирования отдельных библиотек с учетом конкретных условий их социально-культурной среды. Несмотря на успешное внедрение PR-деятельности в практику отдельных украинских библиотек, необходимо отметить, что на сегодняшний день пока еще отсутствуют систематизированные и целостные знания о библиотечном Public Relation во всем комплексе ее структурно-содержательных границ. Отсутствует также и соответствующая система организованного профессионального обучения библиотекарей-практиков по данному направлению.

Мой личный опыт преподавания дисциплины “Public Relation в библиотеке” начался в 2001/2002 уч. году, когда в качестве авторского курса (в объеме 36 ч.) она была введена в учебный процесс бакалавриата факультета библиотековедения и информатики Харьковской государственной академии культуры. В последующем авторский опыт преподавания данной дисциплины был связан с обучением магистрантов (объем 72 ч.), практикующих библиотекарей в системе ФПК и др.

В “Украинской библиотечной энциклопедии” приводится следующее определение библиотечного PR: “Public Relations (PR) в библиотечной сфере – деятельность, направленная на достижение взаимопонимания и консенсуса между людьми, социальными группами, основанная на целенаправленном формировании позитивного общественного мнения о библиотеке и управлении ею, организация продуктивных общественных коммуникаций между библиотекой и социумом”. [5] На мой взгляд, это определение не выражает главного, а именно того, что PR любой организации, и в том числе библиотеки, должен быть подчинен реализации ее основной миссии. И если реализация миссии библиотеки действительно отвечает нуждам и чаяниям ее целевых аудиторий, то сотрудничество с ними будет взаимовыгодным и успешным, что, в свою очередь, отразится и на ее имидже. Поэтому предлагаю более емкое определение: Библиотечный Public

Relations – это управление потоками информации между библиотекой и целевыми аудиториями, отражающее деятельность по реализации ее основной миссии посредством использования PR-стратегий, PR-тактик и PR-технологий, ориентированных на взаимовыгодное развитие всех заинтересованных участников в системе социальных коммуникаций.

Целью курса “Public Relations в библиотеке” (независимо от адресной аудитории) является формирование системы теоретических, методических представлений об особенностях и закономерностях функционирования и развития Public Relation как социально-коммуникационного процесса в современных библиотеках, а также навыков самостоятельной творческой аналитической и прогностической работы, организации практической деятельности в этой сфере.

Задачи курса состоят в:

- раскрытия сущности библиотечного PR, истоков его происхождения и развития;
 - характеристике структурно-содержательных особенностей и закономерностей функционирования, характера целевых аудиторий библиотеки;
 - выявлении специфики библиотечных PR-стратегий, PR-тактик, PR-технологий;
 - выработке соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций в различных направлениях библиотечной PR-деятельности;
 - раскрытия основных принципов и основ деятельности PR-специалиста;
 - привитии нравственных и профессиональных качеств PR-специалисту в библиотеке на основе Кодекса Public Relations и др.
- Данный курс тесно связан с социологией, психологией, теорией информации и коммуникации, культурологией, журналистикой, риторикой, языкознанием, маркетингом, менеджментом, теорией и практикой Public Relations в некоммерческих организациях и др.

Основные компетенции, приобретаемые в курсе “Public Relations в библиотеке”:

- готовность проводить системный анализ деятельности библиотечно-информационных структур, моделировать, прогнозировать, выявлять тенденции их развития;

- владение профессиональными умениями и навыками организации творческих, исследовательских и проектных работ в управлении внешними и внутренними целевыми аудиториями библиотеки;

- способность к организации, использованию и развитию научных и производственных коммуникаций в библиотечно-информационной сфере;

- готовность к разработке стратегии применения информационно-коммуникационных технологий в библиотечно-информационной деятельности;

- способность к развитию организационной культуры и системы корпоративных коммуникаций и др.

Обучающиеся дисциплине “Public Relations в библиотеке” получают возможность приобрести следующие умения:

- развивать организационную культуру и систему корпоративных коммуникаций в библиотеке на основе PR-тактик и PR-технологий;

- разрабатывать и реализовывать проекты и программы образовательной и социально-культурной деятельности библиотеки с учетом ее целей и задач;

- выявлять специфику целевых аудиторий современной библиотеки;

- определять актуальные библиотечные PR-стратегии, PR-тактики и PR-технологии;

- создавать PR-материалы для СМК и целевых аудиторий библиотеки, успешно взаимодействовать с ними;

- проводить PR-мероприятия;

- формировать позитивный имидж библиотеки;

- создавать PR-материалы для внутренних целевых аудиторий библиотеки и успешно взаимодействовать с ними и др.

Таким образом, изучение и преподавание “Public Relation в библиотеке” в полном объеме всех его структурно-содержательных особенностей становится насущной потребностью библиотек и практикующих библиотечных специалистов. Наиболее продуктивными организационными его формами, на мой взгляд, является система последипломного образования библиотекарей в системе профильных высших учебных заведений.

Источники и литература:

1. Барабаш С. Модерація заходів у роботі з громадськістю та персоналом як комплексна форма менеджменту в бібліотеках. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 5. С. 20–22.

2. Головаха С. Наукова бібліотека в соціальних мережах. *Бібліотечний вісник*. 2013. № 1. С. 29–32.

3. Кияниця Є. Тенденції та перспективи співпраці сучасної бібліотеки зі ЗМІ. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 4. С. 38–40.

4. Матвеев М. Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен : монография ; Российская нац. б-ка. СПб. : Российская нац. б-ка, 2009. 444 с.

5. Паблік Рілейшнз. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <http://ube.nlu.org.ua/article/Паблік%20Рілейшнз>

6. Медведева Є. А. Public Relations в некомерційних організаціях: програма курсу та метод. матеріали для студентів зі спец. 7.030404 “Міжнародна інформація” ; Міжнар. Слов’ян. ун-т (Харків). Харків, 2008. 32 с.

7. Орлов В. В. PR-служба библиотеки: организационно-правовой аспект. *Библиосфера*. 2009. № 3. С. 79–84.

8. Назаровець М. PR бібліотек вищих навчальних закладів у мережі Інтернет. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 12. С. 21–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2013_12_5

9. Поперечна П. А., Здановська В. П. Подієві PR-комунікації в реалізації комунікаційної стратегії наукової бібліотеки. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Стратегічні завдання розвитку наукових бібліотек*. Київ : НБУВ, 2017. С. 79–82.

PUBLIC RELATIONS У БІБЛОТЕЦІ ЯК ПРЕДМЕТ ВИВЧЕННЯ І ВИКЛАДАННЯ

Є. А. Медведева

Анотація

Про Public Relation в бібліотеці як предмет вивчення дослідників і практиків бібліотечної справи, а також як предмет викладання в системі вищої освіти, його цілі, завдання та професійні компетенції, форми навчання.

Ключові слова: *Public Relation в бібліотеці, PR-діяльність бібліотеки, навчальна дисципліна “Public Relation в бібліотеці”, післядипломне навчання бібліотекарів.*

PUBLIC RELATIONS IN THE LIBRARY AS A SUBJECT OF STUDYING AND TEACHING

E. Medvedeva

Summary

Public Relation in the library as a subject of study by researchers and practitioners of librarianship, as well as the subject of teaching in the system of higher education, its goals, tasks and professional competencies, forms of education.

Key words: *Public Relation in the library, PR activities of the library, academic discipline “Public Relation in the Library”, postgraduate training of librarians.*