

Кириї С. В.  
науковий співробітник  
ДНПБ України  
ім. В. О. Сухомлинського  
Україна, м. Київ

## **Іміджева політика Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського на сучасному етапі**

*У статті висвітлено досвід Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського в проведенні іміджевої політики як головного інструменту маркетингової стратегії, щодо здійснення і підтримки позитивного образу бібліотеки в суспільстві.*

**Ключові слова:** *імідж бібліотеки, іміджева політика, імідж продукту або послуги, імідж користувача, внутрішній імідж, імідж керівника, імідж персоналу, візуальний імідж, соціальний імідж, паблік рилейшнз.*

Об'єктивні цивілізаційні зміни й тенденції розвитку, характерні для людства в цілому і для України зокрема ставлять перед сучасною бібліотекою завдання адаптації до нових соціально-економічних умов. Найбільш ефективною стратегією вирішення такого завдання є стратегія маркетингу, що дозволяє відстежувати зміни в суспільстві, аналізувати реальні умови бібліотеки та розвивати її потенціал.

Саме тому найбільш актуальним і важливим напрямком діяльності для бібліотек освітянської галузі України на сучасному етапі є формування іміджевої політики, остаточною метою якої є створення позитивного відношення суспільства до бібліотеки, більш активної підтримки її з боку держави, привабливості для користувачів, підвищення престижу бібліотечної професії.

У сучасному бібліотекознавстві питанням іміджу бібліотек присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців. Зокрема українських: С. Барабаш, О. Кашкарьова, О. Кірішева, Т. Костирко, Т. Олексієнко, В. Пашкова, В. Ярощук та ін.; російських: О. Борисова, Д. Беклешов, О. Лісікова, М. Матвєєв, В. Стельмах, Е. Яструбова та ін. У зарубіжних країнах цією проблемою займаються: І. Біллеві, К. Вайс, Р. Девіс, Г. Прінс, П. Уїлсон, П. Шуман та ін.

Всебічно досліджує комплекс питань, пов'язаних із терміном «імідж» М. Матвєєв, науковець дає розгорнуте визначення іміджу бібліотек, показуючи взаємозв'язок даного терміну з суміжними – репутацією, авторитетом, престижем, статусом та ін. [6, с.118–122].

Суттєвим для нашого дослідження стала думка В. Пашкової, яка визначила імідж бібліотеки «як цілеспрямовано сформований та існуючий у масовій свідомості емоційний образ, який визначає ставлення суспільства до книгозбірні, її послуг, ресурсів, тощо. Імідж бібліотек, – стверджує науковець, – не є статичним, він змінюється й великою мірою залежить від їхньої діяльності,

від якості бібліотечно-інформаційного обслуговування, що його надають бібліотеки. Водночас імідж бібліотеки в суспільстві та соціальний престиж – авторитет, вплив, повага до бібліотечної професії – в усіх країнах залежить від ставлення суспільства до бібліотек, від рівня вимог суспільства до книгозбірень» [8, с.50].

Необхідно відзначити, що бібліотеки освітянської галузі до недавнього часу були одними із найслабших серед бібліотек України. Тому для удосконалення їх діяльності ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського як науково-методичний центр мережі має проводити координаційну й науково-методичну роботу з даними бібліотеками і бути прикладом для наслідування, зокрема, щодо впровадження успішної іміджевої політики та формування позитивного ставлення до них в суспільстві. Як зазначила П. І. Рогова, директор ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського: «Головною метою Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського є науково-інформаційне забезпечення інноваційного розвитку вітчизняної педагогічної науки і освіти, фахових потреб науковців і практиків освітянської галузі України, сприяння здійсненню наукових досліджень у галузі педагогіки, психології, методики викладання окремих навчальних предметів, упровадження досягнень науки, техніки, передового досвіду в практику роботи навчальних закладів і їх структурних підрозділів – бібліотек» [10, с.16]. Створивши мережу освітянських бібліотек, якій всього 10 років, ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського розвиває її як систему інформаційного забезпечення освітянської галузі України, розробляючи у своїх наукових проектах концептуальні засади розвитку освітянських бібліотек, визначаючи їх роль і місце в соціальній структурі сучасного суспільства, актуалізуючи та оптимізуючи їхню інформаційну, науково-методичну й організаційну діяльність як сучасних інформаційно-бібліотечних центрів, що сприяють інноваційному розвитку науки, освіти та бібліотечної справи в Україні [9, с.10].

Метою нашого дослідження є аналіз досвіду ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського у проведенні іміджевої політики як головного інструменту маркетингової стратегії для використання його у здійсненні та підтримці позитивного іміджу бібліотеки в суспільстві.

Для системного викладення матеріалу нами взято за основу схему складових іміджу бібліотеки подану Т. Костирко, яка зазначає, що: «Структура іміджу некомерційних організацій, якою є бібліотека, включає:

- імідж продукту або послуги;
- імідж користувача (стиль життя, суспільний статус, характер користувача);
- внутрішній імідж (культура організації, соціально-психологічний клімат колективу);
- імідж керівника;
- імідж персоналу (компетентність і культура, соціально-демографічні характеристики);
- візуальний імідж (архітектура, внутрішній дизайн приміщень, зовнішній вигляд, елементи фірмового стилю);
- соціальний імідж (соціальні аспекти діяльності)» [4, с.22-23].

Для вироблення *іміджу продукту або послуги* ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського проводить певні заходи, серед яких: реклама свого унікального фонду, послуг та інформаційних можливостей бібліотеки, якісне та ефективно обслуговування користувачів, популяризація вторинної продукції бібліотеки (бібліографічної, реферативної та аналітичної).

Одним з головних напрямків роботи бібліотеки в проведенні успішної іміджевої політики є *реклама фонду* ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського, який налічує близько 600 000 прим. документів, серед них 50% – література з питань педагогіки та психології. Фонди бібліотеки складаються з рідкісних та цінних видань (II пол. XVIII – поч. XX ст.), праць видатних педагогів України та світу, сучасних підручників для загальноосвітніх і вищих навчальних закладів, дисертацій, авторефератів-дисертацій з питань педагогіки і психології, літератури іноземними мовами, праць з мовознавства, філософії, історії, релігії, фахових періодичних видань українською, російською та іноземними мовами – близько 1000 назв, документів на електронних носіях. Бібліотека отримує обов'язковий безкоштовний примірник видань з питань педагогіки, психології, освіти, дбаючи щоб її фонд поповнювався ним повноцінно.

Бібліотека рекламує свої *інформаційні можливості*, що підвищують її рейтинг порівняно з іншими інформаційними установами. В ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського це: медіацентр на 7 автоматизованих робочих місць: електронний каталог, веб-портал бібліотеки, банки даних повнотекстової інформації, доступ до Інтернет, відеозв'язок через Скайп, надання бібліографічних довідок онлайн, консультативна допомога досвідченого бібліографа, сканування, копіювання, брошурування, ламінування документів, виготовлення електронних копій документів, нічний абонемент.

Працюючи в напрямку популяризації вторинної продукції фахівці бібліотеки розробили єдиний *стиль оформлення серій* бібліографічних покажчиків: «Видатні педагоги світу», «Академіки НАПН України», «Ювіляри НАПН України», «Наукових праць» ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського.

При проведенні будь якого заходу здійснюється реклама послуг. Візиткою ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського є *Читальний зал Фонду В. О. Сухомлинського*. Ім'я видатного українського педагога-гуманіста В. О. Сухомлинського почесно присвоєно бібліотеці у 2003 році. Ця знакова подія піднесла статус бібліотеки. У 2003 році бібліотека отримала дарунок від сім'ї видатного педагога, подаровані документи стали основою створення спеціалізованого залу Бібліотеки, що функціонує як наукова лабораторія з вивчення життя, діяльності і педагогічної спадщини В. О. Сухомлинського.

Всебічне вивчення категорій користувачів, їх запитів і побажань, задоволення їх потреб є складовими структури успішного іміджу бібліотеки. Користувачами ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського є науковці НАПН України, викладачі освітніх закладів України, вчителі, студенти, школярі. Фахівці бібліотеки вивчають і аналізують думки користувачів шляхом проведення *анкетування*, як ефективного форми діагностики й моніторингу якості послуг та обслуговування. Так у 2007 році було здійснено анкетування користувачів ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського для з'ясування якості інформаційного забезпечення їх фахових потреб з метою виявлення прогалин у

формуванні інформаційного ресурсу бібліотеки. У 2010 році також були проведенні анкетування, зокрема: «Вивчення інформаційних потреб користувачів ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського», «Дослідження інформаційних потреб користувачів ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського у документах іноземними мовами», «Дослідження інформаційних потреб користувачів з питань бібліотекознавства, бібліографознавства, документознавства й інформаційної діяльності на базі фонду ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського». У 2011 році були проведенні анкетування: «Інформаційні потреби користувачів – важливий чинник формування інформаційного ресурсу ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського», «Стан фондів документів іноземними мовами в освітянських бібліотеках України». Аналіз анкет сприяє удосконаленню роботи ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. Результати досліджень фахівці бібліотеки оприлюднюють у фахових виданнях, таких як «Вісник книжкової палати», «Наукових збірниках» НБУ ім. Вернадського і ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського, «Педагогіка і психологія» та ін.

Успішно проводити сучасну іміджеву політику наукової бібліотеки в динамічно розвиваючому соціумі може тільки лідер, науковий авторитет, який працює над своїм *іміджем керівника* і формує імідж установи. Як зазначає І. М. Суслowa «Специфіка вирішуваних задач передбачає особливу роль керівника бібліотеки. Це менеджер-професіонал, досягнувши рівня майстерності, компетентності і морально-особистісних якостей, що може активно здійснити позитивні вклади як у розвиток бібліотеки, так і в розвиток працюючих в ній бібліотекарів» [10, с.8]. Тому провідна роль у проведенні результативної іміджевої політики ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського належить її директору П. І. Роговій, кандидату історичних наук, старшому науковому співробітнику, заслуженому працівнику культури України – непересічній творчій особистості, ідеї якої впроваджуються в практику роботи бібліотеки і впливають на її стан і розвиток.

Виконання поставлених задач в повній мірі залежить також від *іміджу персоналу*, тобто кожного співробітника і колективу в цілому, щоденна праця яких впливає на створення позитивного образу, відрізняє бібліотеку від інших і робить її привабливою для читача. Бібліотечні фахівці ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського працюють над запитами науковців НАПН України і є в певній мірі співавторами багатьох кандидатських і докторських дисертацій.

Особлива роль у діяльності бібліотеки відводиться її *візуальному іміджу*, який складається з багатьох компонентів, таких як логотип, рекламна продукція, банер, веб-портал, відео-реклама, екскурсії, презентабельність приміщення бібліотеки. Логотип є обов'язковим атрибутом інформаційних, бібліографічних, наукових і методичних матеріалів, які видає ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. Розповсюдження *рекламної продукції: буклетів і плакатів* про бібліотеку серед освітянських та громадських організацій, невід'ємна складова діяльності ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. Бібліотека бере участь у різних публічних подіях, таких як загальні збори і методичні ради НАПН України, міжнародні виставки «Сучасні навчальні заклади», «Сучасна освіта в Україні», «Інноватика в сучасній освіті», міжнародні та всеукраїнські науково-практичні конференції у провідних

педагогічних вузах України, педагогічні читання на базі ліцеїв і коледжів м. Києва. На таких заходах фахівці бібліотеки представляють виїзні книжкові виставки, розповсюджують інформаційні буклети і плакати, розміщують презентабельний *банер бібліотеки*. Інструментом візуального іміджу самопрезентації є також *відео реклама*, тому до 10-річчя ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського був знятий фільм про бібліотеку, який експонується на публічних заходах.

Найважливіша складова сучасної іміджевої політики бібліотеки – це *веб-портал*, віртуальна міні-бібліотека. У 2003 році в ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського було створено веб-сайт, який у 2006 році реорганізовано у веб-портал. Щорічно 180 тис. читачів користуються електронним каталогом бібліотеки, її бібліографічною, науково-методичною продукцією, працями та матеріалами В. О. Сухомлинського та про нього, новими надходженнями, інформаційно-бібліографічними ресурсами („Видатні педагоги України та світу” і «Видатні бібліотекознавці, бібліографознавці та книгознавці України та світу», "Педагоги-новатори в Україні"), віртуальними книжковими виставками, зокрема документів іноземними мовами, дізнаються про наукову, виставкову й культурно-просвітницьку діяльність бібліотеки на її веб-порталі (<http://www.library.edu-ua.net/>).

Важливе значення у створенні загального позитивного іміджу бібліотеки відіграють *екскурсії*, зокрема до Читального залу Фонду В. О. Сухомлинського, які користуються популярністю серед вчителів і студентів.

Позитивний образ бібліотечної установи – це її *приміщення*. Для його покращення у ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського на виділенні державою фінанси зроблено капітальний ремонт книгосховища, створено відповідні санітарно-технічні умови щодо зберігання фонду, реконструйовано парадний вхід головного приміщення, вестибуль, в якому замінено старі меблі на сучасні та зручні. Особливу атмосферу створюють художні виставки митців України, з якими співпрацює бібліотека. Впродовж 12 років роботи бібліотеки користувачі мали можливість насолоджуватись творами мистецтва, відвідувати презентації, спілкуватися з авторами картин.

*Соціальний імідж* напрацьовується бібліотекою як необхідність здійснення і підтримки постійних комунікацій на всіх рівнях науково-інформаційної діяльності бібліотеки і є одним із пріоритетних напрямів в умовах розбудови інформаційного суспільства, базованого на знаннях. Інструментом для проведення маркетингової комунікації бібліотеки є паблік рилейшнз. *Паблік рилейшнз*, за С. Барабаш, – це форма управління суспільними зв'язками і структура, покликана займатися організацією відносин між бібліотекою і громадськістю, що є важливим, в контексті діяльності книгозбірні [1, с.31]. Дирекція та фахівці ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського налагодили зв'язки з установами: Національною академією педагогічних наук України, інститутами НАПН України, інститутами післядипломної освіти педагогічних працівників України, Головним управлінням освіти і науки виконавчого органу Київської міської ради, управліннями освіти Шевченківської та Святошинської районної у м. Києві державної адміністрації, Київським міським будинком вчителя, вузами України, освітніми закладами всіх рівнів акредитації, видавництвами, центрами творчості. Вищезазначені

організації долучаються до проведення конференції, семінари, круглі столи, педагогічні читання та ін., видавництва вторинної продукції бібліотеки. Важливо зазначити, що підготовленні ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського науково-допоміжні бібліографічні покажчики "Профільне навчання в старшій школі: шляхи розвитку" (вип.1 – 2004; вип. 2 – 2010) і "Розвиток професійної орієнтації в Україні". були надруковані завдяки співпраці з Чепурною Н. М., директором Черкаського обласного інституту післядипломної освіти педагогічних працівників, Прокопенком І. Ф., ректором Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди, Кравцем В. П., ректором Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка». Ці видання завдяки налагодженим зв'язкам надійшли до мережі бібліотек закладів освіти України.

Формуванню громадської думки сприяють зв'язки бібліотеки з джерелами масової інформації. Інформаційні матеріали про цікаві події, нові послуги, надходження до бібліотеки висвітлюються на сторінках періодичних видань: «Директор школи, ліцею, гімназії», «Мистецтво та освіта», «Освіта», «Освіта України», «Педагогічна газета», «Початова школа» «Рідна школа» та ін.

Успішність іміджевої політики ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського підтверджують позитивні відгуки користувачів про роботу бібліотеки, результати конкурсу, який проводила Українська бібліотечна асоціація до Всеукраїнського дня бібліотек у 2011 році. Державна науково-педагогічна бібліотека України ім. В. О. Сухомлинського отримала Почесне звання «Бібліотека року 2011» за активне втілення в практику широкого спектру інновацій, які сприяють розвитку освітнього простору України. Але динамізм суспільного розвитку ставить сьогодні перед бібліотекою нові завдання. Директор ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського П. І. Рогова висловила свої думки та колективу так: «Наша мрія – перетворити ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського на модерний всеукраїнський науково-інформаційний, освітній й культурний центр, який можна було б порівняти з кращими бібліотеками світу» [7, с.3].

Отже, не зважаючи на зроблене, колектив ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського не зупиняється на досягнутому. Адже успішний імідж бібліотеки напрацьовується роками, конкретними справами і фактами. Погоджуючись з рекомендаціями Т. Костирко [4, с.23] колектив ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського у своїй подальшій діяльності продовжуватиме стратегію формування позитивного іміджу таким шляхом:

- налагодження контактів та зміцнення співпраці з місцевим професійним співтовариством і колегами з інших регіонів і країн;
- зміцнення кадрового потенціалу, організація підвищення кваліфікації співробітників;
- приділяти увагу матеріально-технічним та інформаційним ресурсам, не допускати стрімкого застарівання ресурсної бази;
- активізування інноваційно-проектну діяльність, запровадження соціально-значущих для місцевого співтовариства програм і проектів;

- сприяння підвищенню рівня корпоративної культури, нормалізації соціально-психологічного клімату, активного використання системи заохочень персоналу;
- удосконалення структури, форм і методів управління;
- активізування рекламної діяльності і роботи зв'язків з громадськістю

Проведення вищезазначених напрямів заходів дадуть змогу трансформувати ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського на сучасний бібліотечно-інформаційний центр та істотно підвищити імідж бібліотек в суспільстві.

### Список використаної літератури

1. Барабаш С. Паблік рилейшнз як інструмент маркетингової комунікації бібліотеки / С. Барабаш // Вісн. Кн. палати. – 2010. – №6. С.30–32.
2. Борисова О. О. Рекламно-информационные технологи библиотечной деятельности: учеб.-практ. Пособие / О. О. Борисова; Орловский гос. Ин-т культуры и искусств. – СПб.: Профессия, 2006. – 320 с. – (Серия «Библиотека»).
3. Борисова О. О. Современные методы популяризации библиотеки / О. О. Борисова // Шк. б-ка. – 2011. – №2. – С.77–80.
4. Костирко Т. Бібліотечна іміджологія як професійна інновація / Т. Костирко // Вісн. Кн. палати. – 2011. – №2. – С.22–23.
5. Кремень В. Освіта в контексті соціокультурних змін / В. Кремень // <http://www.day.kiev.ua/250234/>
6. Матвеев М. Ю. Проблема определения имиджа библиотек / Матвеев М. Ю. // Библиотечноеведение. – 2008. – №6. С.118–122.
7. Мріємо перетворити бібліотеку на модерний всеукраїнський науково-інформаційний, освітній та культурний центр [Актуальне інтерв'ю головного редактора «Педагогічної газети» Лідії Рапіної з директором ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського Павлою Роговою] // Пед. газ. – 2009. – №12(185). – С. 2–3.
8. Пашкова В. Внесок національних бібліотечних асоціацій у формування іміджу бібліотеки в суспільстві й підвищення престижу бібліотечної професії / В. Пашкова // Бібл. форум України. – 2007. – №2(16). С. 50–56.
9. Рогова П. І. Інформаційна діяльність бібліотек України – важливий напрям у розвитку суспільства знань / П. І. Рогова // Наукові праці Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського. Вип. 1. Науково-інформаційне забезпечення освітянської галузі України / АПН України, Держ. наук-пед.б-ка України ім. В. О. Сухомлинського ; [редкол.: Л. А. Дубровіна, В. В. Дерлеменко, Т. І. Ківшар (голова), Л. Г. Петрова, Г. П. Пустовіт, П. І. Рогова (заст. голови), В. І. Лутовинова, Т. В. Добко, Я. О. Чепуренко, О. М. Яценко, Л. І. Бейліс, О. З. Клименко]. – К. : Четверта хвиля, 2008. – 402 с.

10. Наукові праці Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського. Вип. 2. Всеукраїнський інформаційний ресурс з питань психолого-педагогічної науки і освіти: сучасний стан та шляхи розвитку / НАПН України, Держ. наук.-пед. б-ка України ім. В. О. Сухомлинського ; [редкол.: Л. А. Дубровіна, В. А. Вергунов, Т. І. Ківшар (голова), Л. Г. Петрова, Г. П. Пустовіт, П. І. Рогова (заст. голови), В. І. Лутовинова, Т. В. Добко, Я. О. Чепуренко, О. М. Яценко, Я. Є. Сошинська, О. З. Клименко]. – К. : Педагогічна думка, 2010. – 320 с. : табл., іл.
11. Сулова И. М. Менеджер библиотек: требования к профессии и личности. Учебное пособие для вузов и колледжей культуры и искусств. – 2-е изд., дораб. и доп. / Московский государственный ун-т культуры и искусств. – М. : Изд.-во МГУКИ, ИПО Профиздат, 2001. – 144 с.