

Имидж публичных библиотек как результат их коммуникативной деятельности

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Добрынина А.М.¹, Чичкин Д.И.¹

1 - Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет, Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

Библиотека - это место хранения печатных изданий для общественного пользования. В современных условиях люди стали пренебрегать этим учреждением, отдавая свое предпочтение электронным источникам при поиске необходимой информации. Книгохранилище стало понемногу терять своего читателя. Но это не стало причиной того, чтобы перестать бороться за свою целевую аудиторию. Появилась идея внедрить в библиотеки компьютеры и провести Интернет - готовность подстроиться под изменения потребностей и предпочтений пользователей.

Если изменить, перепрограммировать представление сложившиеся в современном обществе по поводу публичных библиотек, показать что они представляет из себя на данный момент, проинформировать о пережитом ряде нововведений. Все это может помочь увеличить число лояльных посетителей.

Цель данной работы выявить воздействие коммуникативных действий публичных библиотек на формирование их имиджа в обществе. Для этого нам нужно будет рассмотреть потребности аудитории, влияющие на формирование имиджа, а также наиболее действенные каналы коммуникации для аудитории.

В настоящее время существует стереотип о том, что библиотеки изжили себя, т. к. Россия находится в процессе вхождения в информационное общество и вся окружающая нас информация переходит в цифровой формат. Любой индивид, имея специальное устройство, может выйти в интернет и найти то, что он ищет. Публичные библиотеки внедряют новые услуги и проводят различные мероприятия для увеличения аудитории и притока посетителей, но из-за стереотипа о том что «библиотека — бесплатная выдача книг» немногие знают о них или решают воспользоваться ими.

По данным опроса 2016 года одним из условий посещения библиотеки молодёжи в возрасте от 18 до 24 лет в ней должен быть компьютер с выходом в интернет. Для респондентов от 25 до 30 и от 31 до 40 наличие зон отдыха и общения. Библиотеку они воспринимают как учреждение, позволяющее уйти в мир культуры из повседневности. Люди в возрасте от 41 до 60 важны услуги и богатый библиотечный фонд [2].

Имиджевые коммуникации современной организации сферы культуры представляют собой систему символического социального взаимодействия, осуществляемого в целях формирования оценок и мнений посредством системы знаков, символов и стиля деятельности. Сущность имиджевых коммуникаций учреждений культуры определяется сочетанием родовых и специфических признаков. Родовые признаки коммуникации, наследуемые имиджевой коммуникацией, состоят в том, что в ней создается и транслируется совокупность познавательных, побудительных и экспрессивных компонентов, обеспечивающих целенаправленное формирование целостного имиджа (образа). Специфические признаки имиджевой коммуникации обусловлены ее целью, функциями, конкретным содержанием, технологией и факторами, обеспечивающими формирование имиджа. [1].

Для увеличения посетителей библиотек и создания у публичной библиотеки имиджа многопрофильного культурного центра нужно задействовать несколько видов коммуникаций: маркетинговые, реклама, традиционные СМИ, интернет (в частности социальные

сети). Активно вести социальные сети для привлечения молодёжи, устраивая различные «флэшмобы» и рг-акции. Писать яркие и запоминающие пресс-релизы, которые смогли бы пройти журналистский отбор и опубликованы в СМИ. Напоминать в рекламных посланиях о культурной миссии библиотеки и не забывать о различных нововведениях, оповещая аудиторию о различных услугах и мероприятиях проводимых в библиотеке.

Итак, на этапе становления информационного общества в России библиотеки берут на себя новую роль культурного центра и нуждаются в различных видах коммуникации для формирования положительного имиджа в сознании аудитории и увеличения посетителей.

Источники и литература

- 1) Кормишина, Г.М. Сущность и специфика имиджевых коммуникаций библиотек Текст. / Г.М. Кормишина: // Изв. высших учеб. заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела: — 2010. №5. — С. 98-105.
- 2) Рыбышкова Т.С. Роль библиотеки в реализации социокультурных потребностей городского населения / Т.С. Рыбышкова. — 2015.