

# БІБЛІОТЕЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ ЯК ПРОФЕСІЙНА ІННОВАЦІЯ

Костирко Т. М.

(Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,  
м. Миколаїв)

В умовах суспільства, що швидко змінюється та розвивається, його потреб, одним з найважливіших показників формування іміджу організації є ступінь відповідності його місії, мети та задач потребам соціуму.

У контексті бібліотечної іміджології під образом (іміджем) бібліотеки розуміється соціально-комунікативна категорія, що є сполучною ланкою між соціумом і культурно-інформаційним інститутом – бібліотекою. Формування позитивного іміджу бібліотеки - багатогранний суперечливий процес. Його продуктивність, результати безпосередньо залежать не тільки від правильного застосування методології та інструментарію з бібліотечної теорії і практики, але і від апробації і використання ключових положень та інструментарію інших галузей.

Як соціально-психологічний феномен імідж має ряд особливостей:

- формується в процесі безпосередньої або опосередкованої взаємодії людей;
- одночасно залежить і від якості свого прототипу, і від особливостей навколишніх людей (іміджевої аудиторії);
- виступає у формі узагальненого групового образу або уявлення, що поступово приймає форму соціального стереотипу;
- має символічну форму;
- вимагає спеціальних зусиль з боку носія.

В останній час особлива увага приділяється корпоративному іміджу, тобто іміджу організації в цілому, який об'єднує її престиж, репутацію, успіхи і стабільність. Він покликаний:

- виразити індивідуальність – місію, корпоративну ідентичність при сприйнятті і вимірюванні в конкурентному середовищі властивостей різних організацій;
- збільшити популярність, знання, розуміння і інтерес громадськості до організації, сприяючи репутації;
- розвивати асоціації з позитивними характеристиками діяльності організації, що гарантують якість, надійність і відповідальність;
- об'єднувати членів організації, її підрозділів і формувати корпоративний, командний дух.

Багато вітчизняних і світових бібліотек одним з актуальних напрямів своєї діяльності вже впродовж декількох років визначають створення образу привабливої сучасної установи. Для його формування використовується інструментарій, вибір якого залежить від об'єкту (частини суспільства, на яку направлена дія). Гостро стоїть проблема методології дослідження і формування іміджу бібліотеки. Для реалізації даної мети серед іншого створюються різні суспільства друзів бібліотеки, ради і тому подібне. Практичні семінари, круглі столи, дискусії та інші форми обміну досвідом і підвищення кваліфікації бібліотечних працівників регулярно піднімають питання осмислення іміджу професії, спеціальності, бібліотеки в цілому.

Необхідно відзначити важливість думки професійного співтовариства про будь-яку бібліотечну установу. Як члени професійного співтовариства виступають співробітники бібліотек і установ культури, працівники сфери освіти, представники органів влади.

Вибираючи стратегію формування позитивного іміджу, будь-яка некомерційна організація повинна дотримуватися наступних рекомендацій:

- налагоджувати контакти і укріплювати співпрацю з місцевим професійним співтовариством і колегами з інших регіонів, країн;
- укріплювати кадровий потенціал, підвищувати зарплату, організовувати підвищення кваліфікації співробітників;
- приділяти увагу матеріально-технічним та інформаційним ресурсам, не допускати стрімкого застарівання ресурсної бази;
- активізувати іноваційно-проектну діяльність, запропонувати соціально значущі для місцевого співтовариства програми і проекти;
- сприяти підвищенню рівня корпоративної культури, нормалізації соціально-психологічного клімату, активно використовувати систему заохочень персоналу;
- удосконалювати структуру, форми і методи управління;
- активізувати рекламну діяльність і роботу по зв'язках з громадськістю.

Подібні комплексні заходи дозволять істотно підвищити імідж некомерційної організації в суспільстві.