

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕКИ

Сегодня библиотека является не только информационным, но ещё и культурным и учебным центром. Так, в частности, Охинская центральная библиотека Сахалинской области, кроме обеспечения справочно-библиографического и информационного обслуживания физических и юридических лиц, занимается продвижением услуг и формированием положительного имиджа государственного культурного учреждения посредством проведения различного рода PR-мероприятий. Для освещения данных событий привлекается такое средство медиакоммуникации, как телевидение.

В своей PR-деятельности Охинская центральная библиотека используют два вида мероприятий Public Relations: внешние и внутренние. Внешние PR-события в большей мере направлены на широкую общественность и характеризуются масштабностью проводимых мероприятий. Для освещения данных событий привлекается такое средство медиакоммуникации, как телевидение, которое представлено телерадиокомпанией «Оха» (ТРК «Оха»). Данное средство массовой информации является ведущим на территории северной части острова Сахалин и имеет многотысячную аудиторию зрителей. Внутренние же PR-мероприятия рассчитаны на узкую общественность и носят закрытый тип, поэтому не освещаются журналистами ТРК «Оха». На данные PR-мероприятия, как правило, приглашаются сотрудники библиотечной системы, постоянные пользователи, а также друзья и спонсоры библиотеки.

Ключевые слова: библиотека, PR-деятельность, PR-мероприятия, медиакоммуникация, телевидение.

На данный момент времени невозможно представить современное общество без интенсивных обменов знаниями и развивающихся информационных систем. Знания и информация являются неотъемлемыми атрибутами нового общества. Так как все изменения в данном типе общества в значительной степени связаны с ростом объёмов информации, библиотека, как важный информационный центр, занимает значительное место на современном этапе развития общества.

На сегодняшний день библиотека является не только информационным, но ещё культурным и учебным центром. Таким образом, в любом населённом пункте должна функционировать местная библиотека для того, чтобы жители отдалённых провинций могли являться полноценными членами информационного общества.

В Охинском городском округе, который входит в состав Сахалинской области, с 1929 года функционирует Охинская центральная библиотека, которая является одним из общественных и информационных центров города. Главной целью Охинской центральной библиотеки является обеспечение библиотечного, справочно-библиографического и информационного обслуживания физических и юридических лиц [6. С. 105]. Так, информационно-ресурсный центр Охинской централизованной библиотечной системы осуществляет услуги консультативной помощи по различным социально-правовым вопросам, например, по защите гражданских прав, соблюдению социальных гарантий, льгот, начислению налогов и другое [2].

Одной из проблем современного информационного общества является нехватка живого общения. В век высоких технологий люди проводят всё больше времени в сети Интернет, предпочитая компьютер или мобильное устройство компании другого человека. Библиотека как культурно-досуговый центр старается разрешать данную проблему постепенно, за счёт того, что позволяет своим пользователям найти занятия по интересам и открыть для себя много нового [1. С. 14]. Для этой цели информационно-ресурсный центр Охинской центральной библиотеки занимается проведением различных внешних и внутренних PR-мероприятий, которые не только носят развлекательный и образовательный характер, но и способствуют формированию положительного имиджа и продвижению услуг библиотеки.

PR-мероприятия, которые являются инструментом Public Relations, призваны за счёт специфических коммуникаций повышать имидж базисного субъекта Public Relations, в данном случае базисным PR-субъектом является Охинская центральная библиотека, а также устанавливая отношения с общественностью [8. С. 27].

Ключевым элементом проведения PR-мероприятий является наличие медиакоммуникаций. Медиакоммуникация – это информационная взаимосвязь между тысячами людей, которая осуществляется с помощью технических средств [7]. Так, информацию о PR-деятельности данного культурного учреждения необходимо передавать всему населению северного Сахалина, которое насчитывает около тридцати тысяч человек. Данную функцию передачи информации осуществляет такое средство массовой коммуникации, как телевидение, которое представлено таким СМИ, как телерадиокомпания «Оха» (ТРК «Оха»). Данное средство массовой информации является ведущим на территории северной части острова Сахалин и имеет многотысячную аудиторию зрителей. Представители ТРК «Оха» всегда присутствуют на крупных PR-мероприятиях, которые устраивают сотрудники информационно-ресурсного центра Охинской централизованной библиотечной системы.

Одним из главных знаменательных событий, проводимых информационно-ресурсным центром Охинской центральной библиотеки, является мероприятие, приуроченное ко Дню города и Дню работника нефтяной и газовой промышленности. Каждый год в преддверии праздника сотрудниками отдела в читальном зале центральной библиотеки проводится творческий вечер, в ходе которого присутствующие не только могут встретиться с выдающимися личностями Охинского района, но и ознакомиться с печатными изданиями, посвящённым родному городу.

Данное мероприятие готовится на протяжении месяца, за этот период составляются списки важных гостей, готовится сценарий вечера, подготавливается информация для средств массовой информации. Как правило, на мероприятии всегда присутствует большое количество гостей и представители СМИ в лице репортёров местной ТРК «Оха». Кроме того, в День города, сотрудники библиотеки часто устраивают уличную выставку «Черты родного города», на которой представлены книги, посвящённые истории Охинского района. Мероприятие не оставляет жителей города равнодушными, они с удовольствием проводят время за чтением и обсуждением литературных произведений. Кроме того, данное внешнее PR-мероприятие позволяет сотрудникам информационно-ресурсного центра не только рекламировать фонд городской библиотеки, но и улучшать имидж учреждения в глазах пользователей библиотечной системы.

Охинская центральная библиотека также занимается привлечением внимания жителей города к знаменательным датам. Информационно-ресурсный центр является одним из организаторов и участников ежегодной общегородской акции «Зажги свою свечу», которая посвящена началу Великой Отечественной войны. Для проведения данного мероприятия сотрудники центра разрабатывают специальный буклет, содержащий сведения о наличии в фонде библиотечной системы материалов о данной странице истории страны и города. Также в буклете напечатаны самые популярные песни военных лет, которые жители города с удовольствием исполняют хором в память о героях, отдавших свою жизнь за Родину.

Кроме разработки буклета, сотрудники библиотеки также организуют небольшую книжную выставку, на которой представлены списки погибших в годы ВОВ охинцев и книги, рассказывающие о жизни города в военные годы. С данной литературой могут ознакомиться все желающие.

Информационно-ресурсный центр также занимается проведением праздничной PR-акции, посвящённой Дню семьи, любви и верности. Каждый год сотрудники библиотеки разрабатывают праздничный буклет, который содержит в себе историю происхождения праздника, поздравления для жителей города и информацию о поступлении в фонд библиотеки новой литературы по вопросам воспитания детей. В день проведения акции сотрудники информационно-ресурсного центра поздравляют жителей города с праздником, раздавая при этом буклеты с добрыми пожеланиями. Мероприятие, как правило, проходит на центральной площади города – площади Нефтяников. Также на данной акции всегда присутствуют журналисты телерадиокомпании «Оха», которые освещают данное событие, призывая жителей города не оставаться равнодушными к данной акции и к самому празднику.

Одним из важных PR-мероприятий, проводимых Охинской центральной библиотекой, является новогодняя акция «Ёлка желаний». Её целью является сделать популярной библиотеку и

библиотечные услуги среди взрослых и детей, которые в силу разных причин лишены полноценного общения.

В конце декабря сотрудники информационно-ресурсного центра в костюмах Деда Мороза и Снегурочки посещают на дому детей с ограниченными физическими возможностями, поздравляя их с Новым Годом. Каждая семья получает от библиотекарей не только подарочные наборы, но и информацию об услугах библиотеки. Данная акция является одним из главных элементов создания положительного имиджа Охинской центральной библиотеки, так как не только показывает, что учреждению не чужды социальные проблемы населения, но и продвигает набор услуг среди определённой целевой группы общественности. Данное мероприятие всегда сопровождается журналистами телерадиокомпании «Оха».

Так, например, за счёт проведения внешних PR-мероприятий сотрудники информационно-ресурсного центра Охинской центральной библиотеки продвигают услуги и создают положительный имидж учреждения в глазах общественности и средств массовой информации. Данные PR-мероприятия не обладают большим бюджетом, но благодаря креативному подходу сотрудников все праздники и акции привлекают всё большее количество пользователей, которые с удовольствием проводят время на различных мероприятиях [5. С. 135].

Также следует отметить, что, кроме проведения общегородских PR-мероприятий, направленных на продвижение услуг и повышение имиджа Охинской центральной библиотеки за счёт привлечения внимания к событиям широкой общественности, сотрудники информационно-ресурсного центра занимаются и проведением PR-мероприятий, которые направлены на узкую общественность.

В данную категорию входят такие категории потребителей услуг, как:

- сотрудники библиотечной системы;
- постоянные пользователи библиотеки;
- друзья библиотеки;
- спонсоры библиотеки.

Данные мероприятия, в первую очередь, направлены на поддержание позитивного диалога между базисным PR-субъектом и целевой группой общественности. Ведь как в рекламной, так и в деятельности по связям с общественностью является важным не только привлечь новых пользователей библиотечных услуг, но ещё и не потерять старых. Кроме того, данные мероприятия способствуют поддержанию отношений внутри учреждения, между его сотрудниками. Ведь сплочённый коллектив – это залог успешного продвижения предприятия посредством PR-мероприятий [4. С. 121].

Одним из таких событий является ежегодное празднование Нового года. Каждый год сотрудники информационно-ресурсного центра за неделю до наступления праздника организуют новогодний вечер для сотрудников, друзей, постоянных читателей и спонсоров библиотеки. Сценарий прописывают сотрудники информационно-ресурсного центра, включая в него все пункты предстоящего мероприятия. Данный вечер, как правило, включает в себя поздравительную часть, театрализованное представление, блок конкурсов, танцев, и главный момент вечера – появление Деда Мороза и Снегурочки. После утверждения сценария всем гостям праздника отправляются именные приглашения, которые содержат дату и место проведения праздничного вечера.

На данном мероприятии, как правило, присутствуют только люди, которые не первый год дружат и сотрудничают с библиотекой. Следует отметить, что представители средств массовой информации присутствуют на вечере, но только как приглашённые гости, с целью поддержания деловых отношений.

Ещё одним PR-мероприятием, которое проводят сотрудники информационно-ресурсного центра Охинской центральной библиотеки для узкой категории общественности является «Клуб по интересам». Данное событие проводится несколько раз в год, в соответствии с наступлением нового времени года. На мероприятии присутствуют в основном только постоянные пользователи библиотечной системы, которые готовы поделиться своими интересами. Первоначально клуб назывался «Зелёный мир» и позиционировал себя как клуб садоводов. Члены данного сообщества делились своими знаниями и секретами о растениеводстве, устраивали мастер-классы по приготовлению блюд из продуктов собственного производства.

За несколько лет работы данного клуба его организаторы осознали, что участникам интересны не только растения, так как всё чаще на заседаниях затрагивались разные темы. Поэтому было

решено изменить направленность данного клуба, поэтому из «Зелёного мира» он превратился в «Клуб по интересам». Данные изменения позволили вывести заседания на новый уровень, а также привлечь новых участников встреч. За всё время работы клуба в его заседаниях приняли участие около двухсот человек, что для небольшого города является хорошим показателем. Благодаря встречам «Клуба по интересам» сотрудники информационно-ресурсного центра не только поддерживают постоянные отношения с пользователями библиотечной системы, но и продвигают читательские услуги на качественно новый уровень за счёт предложения участникам клуба ознакомиться с новой литературой по интересующим их темам. Кроме того, данное мероприятие наглядно показывает, что библиотека успешно справляется с проблемой «живого общения». Свидетельством этого служат многочисленные благодарности пользователей центральной библиотеки, которые с удовольствием проводят несколько часов за обсуждением различных тем.

Таким образом, медиакоммуникация является важным элементом PR-мероприятий, целью которой является установление коммуникационного контакта между базисным субъектом Public Relations и общественностью [3. С. 67]. Информационно-ресурсный центр Охинской централизованной библиотечной системы для успешного проведения внешних и внутренних PR-мероприятий и для привлечения внимания населения к проводимым событиям использует такое средство массовой коммуникации, как телевидение, которое представляет телерадиокомпания «Оха». Данное СМИ транслирует вещание по всему северному Сахалину, население которого составляет около тридцати тысяч человек, благодаря этому информация о деятельности Охинской библиотеки является общедоступной и привлекает новых пользователей библиотечной системы.

Таким образом, информационно-ресурсный центр Охинской централизованной библиотечной системы успешно справляется с возложенными на него обязанностями по обеспечению как внешней, так и внутренней PR-деятельности. Успех мероприятий по связям с общественностью является не только ключевым моментом в продвижении библиотечных услуг и решении проблемы «живого общения», но и в создании благоприятного имиджа государственного культурного учреждения в глазах городской общественности.

Список литературы

1. Борисова, О. О. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности [Текст] / О. О. Борисова. – СПб.: Профессия, 2006. – 320 с.
2. Охинская централизованная библиотечная система: История библиотеки [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://cbs-oha.shl.muzkult.ru/history/> (дата обращения: 09.01.2018).
3. Качалова, С. М. Феномен медиакультуры как фактор социального влияния [Текст] / С. М. Качалова, Е. В. Бурлакова // Вестник Липецкого государственного технического университета. – 2017. – С. 63–68.
4. Минина, А. С. Аудитория ТВ и ее характеристика [Текст] / А. С. Минина, С. М. Качалова // Сборник тезисов докладов научной конференции студентов и аспирантов Липецкого государственного технического университета посвящается 60-летию Липецкого государственного технического университета. – 2016. – С. 120–122.
5. Паксеваткина, С. А. Особенности создания PR-проекта для социокультурной сферы [Текст] / С. А. Паксеваткина, С. М. Качалова // Сборник тезисов докладов научной конференции студентов и аспирантов Липецкого государственного технического университета посвящается 60-летию Липецкого государственного технического университета. – 2016. – С. 134–136.
6. Пилко, И. С. Информационные и библиотечные технологии [Текст] / И. С. Пилко. – СПб.: Профессия, 2008. – 344 с.
7. Порва, О. Н. Коммуникация как ключевое понятие медиа: современная проблематика, гносеологический аспект [Электронный ресурс] / О. Н. Порва // Молодой учёный. – 2016 – URL: <https://moluch.ru/archive/118/32762/> (дата обращения: 10.01.2018).
8. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры и образования [Текст] / Г. Л. Тульчинский. – СПб.: Планета музыки, 2011. – 576 с.

MEDIA-COMMUNICATIONS IN PR-ACTIVITIES OF LIBRARIES

Trushakova A. A., Lipetsk State Technical University, Lipetsk, trushakova96@yandex.ru

Kachalova S. M., Lipetsk State Technical University, Lipetsk, smkachalova@mail.ru

Today the library is not only an information, but also a cultural and educational center. Proceeding from this, a local library should function in any locality so that the inhabitants of remote provinces can be full members of the information society. Thus, the Okha Central Library of the Sakhalin Oblast, in addition to providing reference and bibliographic and information services for individuals and legal entities, promotes services and creates a positive image of the state cultural institution through various PR activities.

In its PR activity, the Okha Central Library uses two types of Public Relations activities: external and internal. External PR-events are more aimed at the general public and are characterized by the scale of the events held. To illuminate these events, a media communication tool such as television, which is represented by the Okha TV and radio company (TRC "Okha"), is being used. This media outlet is the leader on the territory of the northern part of Sakhalin Island and has many thousands of viewers. Internal PR-activities are designed for a narrow public and are of a closed type, that is why they are not covered by journalists of the TRC Okha. As a rule, these employees are invited to participate in the PR-activities of the library system, regular users, as well as friends and sponsors of the library.

Keywords: library, PR-activity, PR-events, media-communication, television.

References

1. Borisova, O. O. (2006) Reklamno-informatsionnye tekhnologii bibliotechnoj deyatel'nosti [=Advertising and information technologies of library activity], in: *Professiya* [=Profession], 320 p. (In Russ.).
2. *Ohinskaya tsentralizovannaya bibliotechnaya sistema* [=Okha Centralized Library System], available at: <http://cbs-oha.shl.muzkult.ru/history/>, accessed 09.01.2018. (In Russ.).
3. Kachalova, S. M. and Burlakova, E. V. (2017) Fenomen mediakul'tury kak faktor sotsial'nogo vliyaniya [=The phenomenon of media culture as a factor of social influence], in: *Vestnik Lipetskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [=Bulletin of the Lipetsk State Technical University], pp. 63–68. (In Russ.).
4. Minina, A. S. and Kachalova, S. M. (2016) Auditoriya TV i ee harakteristika [=TV audience and its characteristics], in: *Sbornik tezisov dokladov nauchnoi konferentsii studentov i aspirantov Lipetskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta 60-letiyu Lipetskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [=Collection of theses of reports of a scientific conference of students and graduate students of the Lipetsk state technical university to the 60 anniversary of the Lipetsk state technical university], pp. 120–122. (In Russ.).
5. Paksevatkina, S. A. and Kachalova, S. M. (2016) Osobennosti sozdaniya PR-proekta dlya sotsiokul'turnoj sfery [=Peculiarities of creating a PR project for the sociocultural sphere], in: *Sbornik tezisov dokladov nauchnoi konferentsii studentov i aspirantov Lipetskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta 60-letiyu Lipetskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [=Collection of theses of reports of a scientific conference of students and graduate students of the Lipetsk state technical university to the 60 anniversary of the Lipetsk state technical university], pp. 134–136. (In Russ.).
6. Pilko, I. S. (2008) Informatsionnye i bibliotechnye tekhnologii [=Information and library technologies], in: *Professiya* [=Profession], 344 p. (In Russ.).
7. Porva, O. N. (2016) Kommunikatsiya kak klyuchevoe ponyatie media: sovremennaya problema, gnoseologicheskij aspekt [=Communication as a key concept of media: modern problems, gnoseological aspect], in: *Molodoj uchenyj* [=Young Scientist], available at: <https://moluch.ru/authors/59514/>, accessed 10.01.2018. (In Russ.).

8. Tul'chinsky, G. L. (2011) PR v sfere kul'tury i obrazovaniya [=PR in the field of culture and education], in: *Planeta muzyki* [=Planet of music], 576 p. (In Russ.).

Трушакова Анна Александровна – студент, Липецкий государственный технический университет, Липецк.

trushakova96@yandex.ru

Качалова Светлана Михайловна – кандидат педагогических наук, доцент, кафедры культуры, Липецкий государственный технический университет, Липецк.

smkachalova@mail.ru