

# ИСКУССТВО ПИАРА В ЭПОХУ ТРАНСФОРМАЦИЙ: РЕАЛЬНЫЙ ОПЫТ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Лилия Третьякова

Начальник отдела связей  
с общественностью УМДМБ РГБ

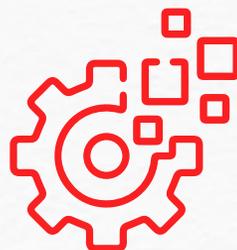




## Коммуникации в современном мире



Увеличение  
объема информации



Развитие  
новых технологий



Быстрая скорость  
передачи данных



Массовые коммуникации охватывают **все** сферы общественной жизни.

---

« *Пиар — это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности.*

**Сэм Блэк**

---

В наше время **роль пиар-специалиста усиливается**: именно он транслирует смыслы, «упаковывает» их и играет важную роль в формировании образа библиотеки.



Пиар — это всегда  
про людей  
и для людей



Позволяет библиотеке  
улучшить репутацию  
и достичь узнаваемости



Помогает  
обрести  
доверие людей

**Мы строим отношения с аудиторией**



Пиар — это отлично,  
но первичен продукт и значимые достижения.

*«Если нет реальных дел, не спасёт пиар-отдел».*



« Мы хотим помочь книге попасть в будущее, адаптироваться в современности и помочь людям больше читать в эпоху, когда все остальные виды досуга отвоевывают себе все больше времени.

Из альманаха «Подписных изданий»



## Смыслы, которые мы транслируем

- Библиотека — место для чтения и интеллектуального досуга
- Современные цифровые технологии помогают библиотеке
- В центре внимания — люди: библиотекари и читатели
- В библиотеке встречаются традиционные ценности и интерес к новому
- Регионы России обладают собственной локальной идентичностью и умеют ее проявлять
- «Будущее зависит от умных людей. Их интеллект — главный капитал»



**Канал коммуникации** — это способ передачи сообщения, то, где мы его транслируем

Рассказываем о модельных библиотеках  
**в собственных каналах**

**через людей**

- в спичрайтинге для первых лиц

**в диджитал**

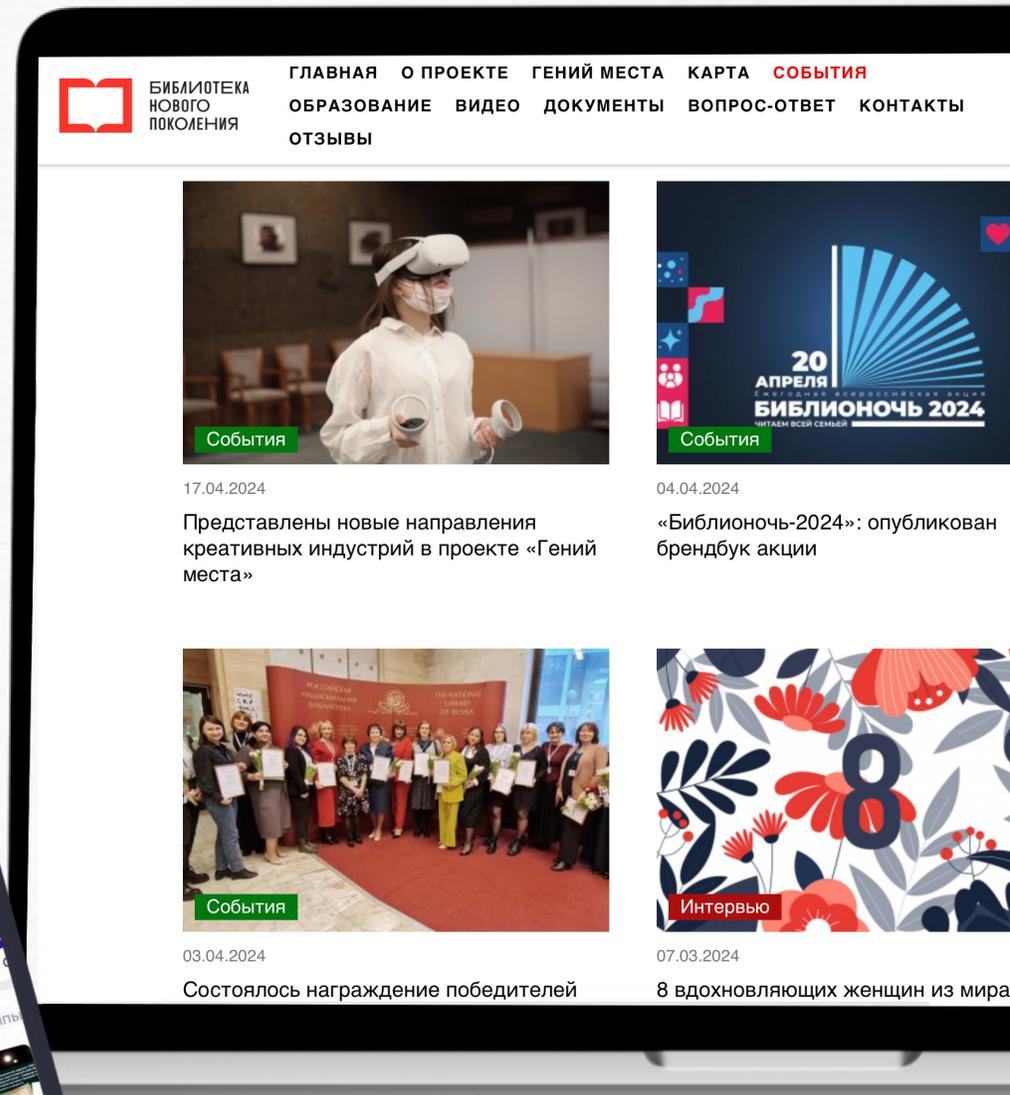
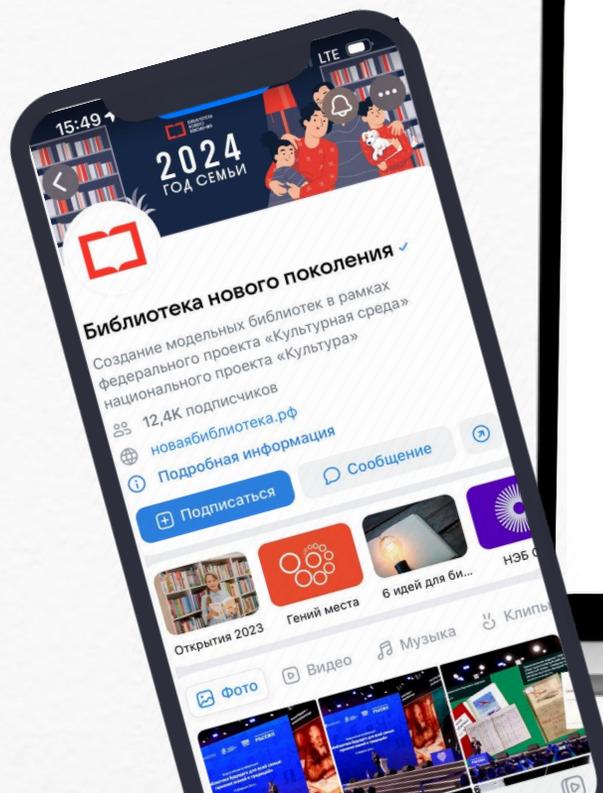
- сайт [новаябиблиотека.рф](http://новаябиблиотека.рф)
- социальная сеть [ВКонтакте](https://vk.com/novayabiblioteka)
- социальная сеть [Одноклассники](https://ok.ru/novayabiblioteka)
- рассылка по базе подписчиков

**на материальных носителях**

- мерч

**в мероприятиях**

- конкурс [«Библиотеки. ПРОДвижение»](#)



БИБЛИОТЕКА  
НОВОГО  
ПОКОЛЕНИЯ

ГЛАВНАЯ О ПРОЕКТЕ ГЕНИЙ МЕСТА КАРТА **СОБЫТИЯ**  
ОБРАЗОВАНИЕ ВИДЕО ДОКУМЕНТЫ ВОПРОС-ОТВЕТ КОНТАКТЫ  
ОТЗЫВЫ



События

17.04.2024

Представлены новые направления  
креативных индустрий в проекте «Гений  
места»



События

04.04.2024

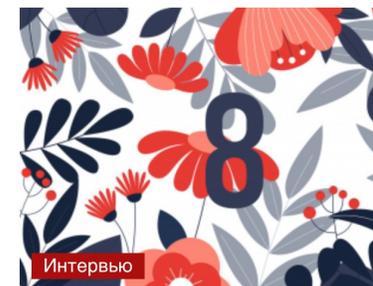
«Библионочь-2024»: опубликован  
брендбук акции



События

03.04.2024

Состоялось награждение победителей



Интервью

07.03.2024

8 вдохновляющих женщин из мира



## Рассказываем о модельных библиотеках в сторонних каналах

### медиа

- в СМИ и соцсетях партнеров

### офлайн

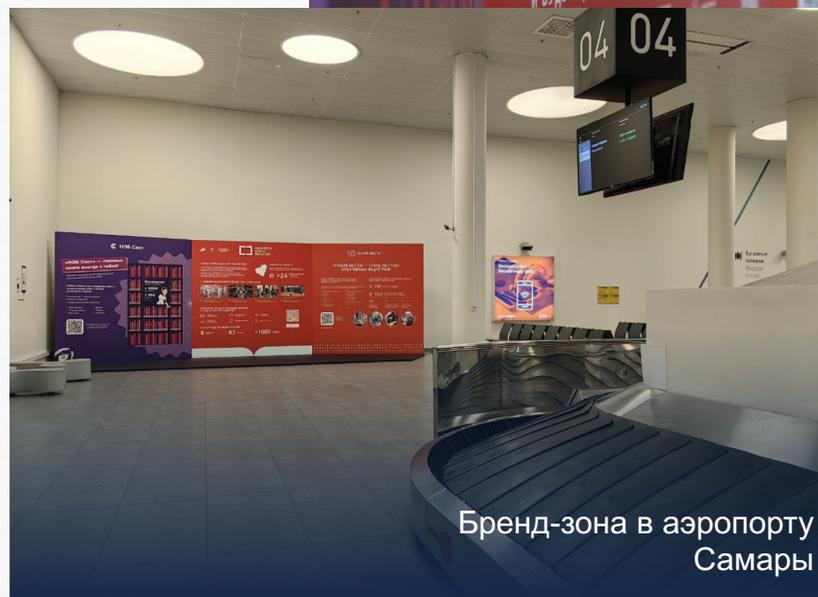
- в пространствах партнеров

### контекстная реклама

- *в разработке*



Бренд-зона в аэропорту  
Нижегород



Бренд-зона в аэропорту  
Самары



## Работа с регионами России

Цель нашего взаимодействия —  
узнать о лучших практиках модельных библиотек  
и о лидерах отрасли, рассказать о них широкому кругу читателей,  
используя все доступные каналы коммуникации.



Центральная межпоселенческая библиотека  
МБУК «Централизованная библиотечная система»  
муниципального образования «Окинский район»  
Республика Бурятия

## Формирование уникального образа региона

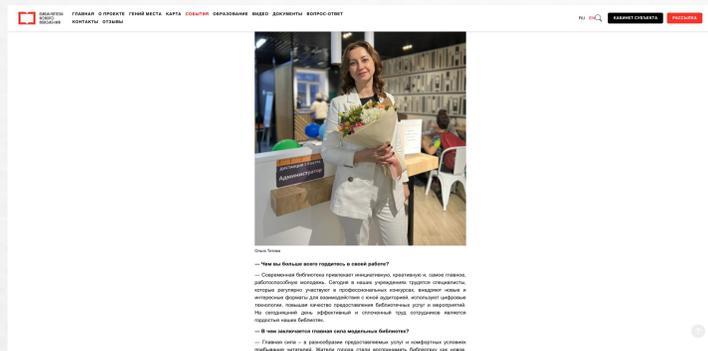
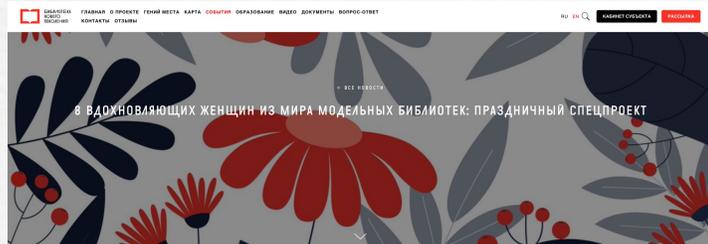
- локальная идентичность библиотек
- лидеры изменений
- уникальность проектов
- специфика работы с читателями



# ИСКУССТВО ПИАРА В ЭПОХУ ТРАНСФОРМАЦИЙ: РЕАЛЬНЫЙ ОПЫТ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Лилия Третьякова

## Примеры



### ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Наталья Дрозд, директор БУК города Омска «Омские муниципальные библиотеки»



Наталья Дрозд

— Чем вы больше всего гордитесь в своей работе?

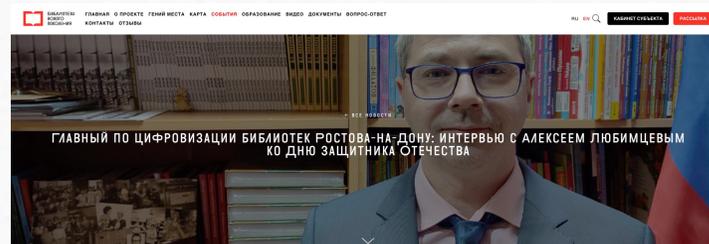
— Горжусь тем, что за последние годы мы задали высокую планку — каким может быть современное учреждение. Каждый год мы запускаем в Омске новую библиотеку и радуемся тому, насколько они становятся востребованы жителями.

— В чем заключается главная сила модельных библиотек? Как они помогают читателям?

— Модельные библиотеки очень динамично интегрируются в локальный культурный ландшафт и становятся для многих местами новых возможностей и открытий. Именно там происходит диалог смыслов и задается интонация чтения в сибирском городе.

— Какие уникальные особенности есть у библиотек нового поколения в вашем регионе?

— Каждая модельная библиотека уникальна своей идеей. У нас нет типовых учреждений, у каждой — свой путь и свой путь развития. Например: Уникал автара, Энциклопедия, Молодежная библиотека, Библиотека, в которой живет Белый Божок. В каждой создана мотивирующая, вдохновляющая среда. Везде детали, вещицы (омывальник и сортиры), метафоричные предметы, визуализирующие тексты, которые подчеркивают ценности. Все это стимулирует людей общаться с книгами.



Центральная городская детская библиотека имени В. И. Ленина муниципального бюджетного учреждения культуры Ростова-на-Дону городской централизованной библиотечной системы

— Есть ли у вас планы по дальнейшему развитию библиотечной системы Ростова-на-Дону? Какие да? За какие?

— Планов много. В идеале, конечно же, реализовать идею по созданию Единого информационного пространства Ростова-на-Дону посредством взаимодействия между библиотеками различных ведомств. Планируем и внедрить опыт Москвы с единой картой жизни города. Создание различных креативных зон на примере уже воплощенных в жизнь проектов — открытие библиотечно-информационного центра семейного чтения имени П.Н. Тютчева на территории городского центра и творческого пространства «АРТ Горького».



Библиотечно-информационный центр семейного чтения имени П. Н. Тютчева

— Как вам кажется, какие гаджеты, технологии и инновации обязательно нужно внедрить в работу библиотек? Какие вообще вы видите это учреждение культуры в будущем?

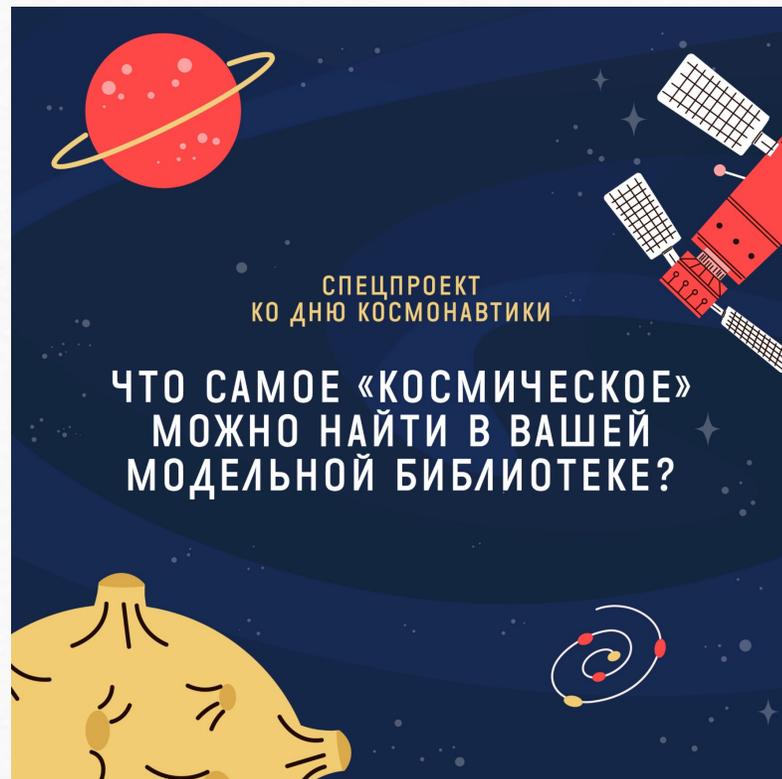
— Мне субъективное мнение не изменилось с первых дней работы в отрасли: все рутинное следует автоматизировать, а библиотекарям должны быть навигаторы, помощники читателей. В первую очередь необходимо создать условия для живого общения. Когда и приходишь за интересной или важной книгой, мне всегда не нравилось, если мне говорили: «Идите, вам там на полках поискать». Ты поворачиваешься к стеллажам и в голове проносится мысль: «И где же тут то, что я хочу прочитать? Сколько времени мне нужно потратить, чтобы найти то, что мне нужно?».

Спецпроект к 8 марта  
8 вдохновляющих женщин из мира модельных библиотек  
[Читайте на сайте новаябиблиотека.рф](http://www.novayabiblioteka.rf)

Спецпроект ко Дню защитника Отечества  
Главный по цифровизации библиотек Ростова-на-Дону:  
интервью с Алексеем Любимцевым  
[Читайте на сайте новаябиблиотека.рф](http://www.novayabiblioteka.rf)



## Примеры



### Спецпроект ко Дню космонавтики

Что самое «космическое» можно найти в вашей модельной библиотеке?

[Читать в группе ВКонтакте](#)



# Предоставление инфоповодов в отдел связей с общественностью

## ЧТО ВАЖНО

- **уникальный замысел** — то, что может вызвать интерес аудитории
- отлично, если идею (например, проекта) можно **масштабировать**
- приоритет **качеству**, а не количеству
- внимание к **визуальным материалам**



## Наши ориентиры в 2024 году

- Год семьи: проекты и мероприятия
- локальность и аутентичность
- социальные проекты
- креативные индустрии
- партнерство, взаимопомощь, совместные проекты
- пользовательский контент (UGC)

 Библиотека нового поколения ✓  
16 апр в 14:07

6 идей для вашей библиотеки: как активизировать читателей и повысить книговыдачу

Как разнообразить досуг посетителей библиотеки? Чем увлечь аудиторию? Какую акцию провести, чтобы об учреждении узнало больше жителей и гостей города? Предлагаем вашему вниманию 6 необычных идей для мероприятий и активностей.

#БиблиотекаНовогоПоколения #МодельнаяБиблиотека  
#БНП\_идеи\_для\_библиотекаря #БНП\_SMM\_PR



**ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПОЕДИНОК**  
Участники игры делятся на две группы. Каждая из них получает по экземпляру книги, которую нужно оценить. Одна команда ищет сильные стороны издания, а другая — слабые. Выигрывает коллектив, назвавший последний аргумент и оставивший оппонентов без ответа.



**ВЫСТАВКА «ЗАБЫТЫХ КНИГ»**  
Сделайте выкладку малоизвестной литературы. Это издания, которые не пользуются интересом читателей в силу различных причин, несмотря на познавательную ценность. Часто популярность таких выставок даже выше, чем у демонстрации новых поступлений.



**КТО БЫСТРЕЕ?**  
Вы можете поощрить читателей, которые прочтут наибольшее количество книг по выбранной теме или за определенное время. Это будет мотивировать участников расширять свой кругозор и узнавать новое. Победителям мероприятия можно подарить маленькие призы, чтобы стимулировать других людей к активности.



**ФЛЕШМОБ «ЧИТАЮЩИЙ АВТОБУС»**  
Оденьте участников акции в яркие футболки с логотипом вашей библиотеки, выберите людное место — например, общественный транспорт. Пусть участники войдут в автобус в заранее намеченное время, читая книги вслух на протяжении нескольких минут. Эта сцена, неожиданная для случайных пассажиров, вызовет удивление и интерес. А библиотека заявит о себе.



**ЧИТАТЕЛЬ ГОДА**  
Это отличный способ мотивации для пользователей библиотеки. Оцените их по количеству посещений и прочитанных книг, участию в мероприятиях, отзывам и рецензиям на издания. Выберите победителя по сумме баллов и сделайте выставку его литературных фаворитов. Это поможет создать активное сообщество любителей чтения.



**КНИЖНЫЙ ШЕДОУ-БОКС**  
Подросток, рожь, бейсбольный мяч. Какое произведение мы загадали? Правильно, «Над пропастью во ржи» Сэлинджера. Разместите шедеу-бокс в библиотеке с зашифрованными подсказками — это углубленная рама или коробка, внутри которой помещаются предметы, фотографии и надписи. Пусть читатели попытаются разгадать ребус и определить, о какой книге идет речь.

301

♥ Нравится 265

👁 9.6K



## Рекомендации

- важно понять, кто является вашей целевой аудиторией (*ЦА — группа людей со схожими потребностями и интересами, чьи запросы библиотека может удовлетворить*)
- подумайте, как разговаривать с ЦА, какие темы важно поднимать? (*TOV*)
- сформулируйте коммуникационные сообщения для каждой из аудиторий: ЧТО важно донести?
- определите каналы коммуникации, через которые вы будете транслировать ключевые сообщения
- создайте контент-план, учитывая то, что необходимо пробовать разные форматы (*например, VK Клипы*)
- доносите сообщения через каналы коммуникации
- тестируйте гипотезы, анализируйте результаты, выявляйте закономерности
- следите за статистикой и прогрессом



## Результаты PR-деятельности

*успешная коммуникация → новая картина мира человека → новые действия → изменения в жизни*

- прирост количества **читателей**
- саморазвитие и самореализация **сотрудников библиотеки**
- повышение социальной значимости и престижа **профессии библиотекаря**
- внимание федеральных и муниципальных **органов власти**
- расширение пула **партнеров**



## Остаёмся на связи!



Официальный сайт



[новаябиблиотека.рф](http://новаябиблиотека.рф)



ВКонтакте



[vk.com/newlibrary\\_ru](https://vk.com/newlibrary_ru)



Одноклассники



[ok.ru/newlibrary](https://ok.ru/newlibrary)



Почта



[pr@rsl.ru](mailto:pr@rsl.ru)  
[tretyakovalv@rsl.ru](mailto:tretyakovalv@rsl.ru)