

УДК 027.7:021.7:005

Мігунова Т. С.,

Наукова бібліотека,

Національний університет кораблебудування

імені адмірала Макарова

## EVENT-MANAGEMENT В PR-КОМУНІКАЦІЯХ НБ НУК, АБО ЯК ЗАЛУЧИТИ КОРИСТУВАЧА ДО БІБЛІОТЕКИ

*У доповіді висвітлюється досвід роботи НБ НУК з організації event-заходів як одного з видів сучасної маркетингової комунікаційної стратегії. Означено функції масово-комунікаційної діяльності сучасної бібліотеки, надано перелік напрямків, за якими здійснюється робота з подієвого менеджменту.*

*Ключові слова: подієвий менеджмент, бібліотека, PR-комунікації, комунікаційна діяльність.*

«Бібліотека – це і місце роботи, і "храм думки", і науково-дослідницький центр, і лабораторія, і музей, і вища школа, і місце високих радощів, свят розуму і очей...».

Цей чудовий вислів Миколи Реріха повною мірою може охарактеризувати сучасну маркетингову комунікаційну стратегію, яка спонукає до пошуку і застосування у своїй діяльності ефективних інструментів задля досягнення цілей продуктивної взаємодії з цільовими аудиторіями. Кінцевим результатом такої роботи є формування думки університетської спільноти про бібліотеку як надійного інформаційного партнера, багатофункціональний дозвіллевий центр, і забезпечення її репутаційного потенціалу.

Означимо **функції масово-комунікаційної діяльності** бібліотеки:

**Інформаційна або когнітивно-освітня** – формування інтелектуальних здібностей, стимулювання самоосвіти, набуття та оновлення знань.

**Організаційно-комунікативна** – можливість спілкування у стінах бібліотеки різних категорій користувачів, бібліотека як центр міжособистісного спілкування.

**Рекреаційна** – організація зустрічей з цікавими та відомими людьми міста, представниками університетської спільноти.

**Дозвіллєва** – виявлення та розвиток творчого потенціалу користувачів.

**Пізнавально-просвітницька** – всебічний розвиток людини.

**Соціальне партнерство** – взаємодія з:

- структурними підрозділами ЗВО;
- професійною спільнотою;
- студентським парламентом;
- громадськими та суспільними організаціями [1].

Одним з інструментів PR-комунікацій є організація спеціальних подій, що отримала назву **подієвого менеджменту** або **event-management**. Термін з'явився у 90-х роках ХХ ст. на Заході, а у 2000-х роках став трендом дозвіллевої індустрії в Україні. У перекладі з англійської означає "керування подією".

Заходи подієвого менеджменту завжди мають стратегічну мету: змінити ставлення та уявлення про бібліотеку як партнера у науковій, навчальній та виховній роботі ЗВО, формування її іміджу.

Слід зазначити, що не кожен публічний захід, який проводить бібліотека, є подієвим. З точки зору бібліотекознавства, масовий захід бібліотеки – це базова послуга, результат її діяльності, спрямований на реалізацію місії бібліотеки.

З позиції подієвого менеджменту, спеціальні події є засобом популяризації бібліотеки, результатів її діяльності, зокрема продуктів і сервісів. Це своєрідна PR-кампанія бібліотеки. Чи потрібна вона? [2]

Розглянемо відповідь на це питання з точки зору контингенту університетської бібліотеки. 70 % користувачів Наукової бібліотеки змінюється протягом п'яти років; 20 % – оновлення контингенту, 10 % – постійний контингент.

Таким чином, щорічно контингент університетської бібліотеки поповнюється користувачами покоління Digital Native (цифрове покоління) або покоління Z (покоління технічного буму). Воно креативне, ініціативне, але мало читаюче. Для цього покоління бібліотека – це "відстій", якась бабуся в окулярах, "культурний раритет". Як показує досвід, частина студентів не звертаються до бібліотеки також і через те, що не отримали рекомендацій щодо літератури й відповідних посилань від викладача. Вагомим чинником такого ставлення є слабка матеріальна база бібліотеки.

Саме тому бібліотеці необхідно прагнути до створення позитивного та успішного іміджу, особливо серед молодого покоління. Імідж – величина непостійна, він весь час потребує підживлення. Стара слава забувається, і щоб залишатися на гребені подій, потрібно швидко, гнучко реагувати на трансформації, що відбуваються в житті університету.

Сенс подієвого заходу можна виразити слоганом: "Відчуй це!"

Сьогодні бібліотеки активно реалізують такі event-тренди як:

- **Матчмейкінг** – система автоматичного підбору ігор.
- **Краудстрімінг** – трансляція дії через екран в режимі online.
- **Аудіо-бікони** – маленькі датчики, за допомогою яких надається інформація про послуги.

Завдяки таким технологіям бібліотека стає нестандартним майданчиком для проведення ефективних і масштабних івентів, модною і затребуваною [3].

Подієвий менеджмент потребує "роботи в команді" однодумців. З практики роботи Наукової бібліотеки НУК можна зробити висновок, що цьому сприяє один з кращих сучасних трендів event-індустрії – **тимблдинг**. Сам термін означає побудову команди. До заходів тимблдингу НБ можна віднести корпоративні заходи до Новорічних свят і 8 Березня, виїзди для пізнання цікавого під час святкування професійного свята бібліотекарів. Наприклад, члени колективу Наукової бібліотеки НУК були в Одесі, відвідали Свято-Михайлівський Пелагеївський монастир, пройшли стежками мальовничих Зелених хуторів Таврії тощо.

Під час планування івентного заходу ми, по-перше, визначаємо ключову потребу, яку він вирішуватиме, його основну мету та завдання. По-друге, визначаємо цільову аудиторію з урахуванням її характеристики.

Наукова бібліотека НУК у своїй діяльності використовує event-management як засіб PR-комунікації наступним чином:

#### **I. Освітній event-management.**

Його пріоритети:

- популяризація ресурсів за напрямками та дисциплінами, які викладають у ЗВО;
- популяризація досягнень ЗВО та його вчених.

Вже стало традицією, що Наукова бібліотека є надійним партнером в інформаційній підтримці будь-якого заходу, який відбувається в Національному університеті

кораблебудування ім. адмірала Макарова. Це почалось з участі НБ в міській виставці "Освіта". Зупинимось лише на останніх заходах.

Наприклад, під час візиту міністра освіти і науки України Лілії Михайлівни Гриневич до Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова представниками Наукової бібліотеки була організована масштабна експозиція про досягнення вчених НУК. Традиційно НБ НУК організовує експозиції, що супроводжують щорічну Міжнародну науково-практичну конференцію "Інновації в суднобудуванні". Нещодавно Факультет економіки моря університету відзначив своє 25-річчя. Наочною презентацією досягнень факультету стала експозиція "Економіка під вітрилами", організована НБ, на якій було представлено друковані та електронні видання.

В актовому залі Навчально-наукового інституту автоматики та електротехніки НУК проводився відкритий Чемпіонат України з судномодельного спорту у секції "С" (стендові моделі). У конкурсі взяли участь судномоделісти з різних міст України. Науковою бібліотекою було представлено книжково-ілюстративну виставку "Раритетні видання з фонду бібліотеки", яка вразила та здивувала відвідувачів своєю унікальністю.

Саме Науковою бібліотекою НУК було підготовлено сценарій заходу, присвяченого 30-річчю першої навколосвітньої подорожі на легендарній яхті "Ікар", та організовано його проведення. Захід мав великий резонанс не тільки в університеті, але й у місті.

Сьогодні із впевненістю можна сказати, що такими масштабними заходами ми засвідчили і довели, що Наукова бібліотека має великий професійний потенціал.

Наступні пріоритети вищезазначеного напрямку діяльності: формування інформаційної культури та основ академічної доброчесності. Цільова аудиторія: студенти, науковці, бібліотечні фахівці. Новий поштовх у роботі з популяризації академічної доброчесності дали нещодавно опубліковані рекомендації МОН України "Як підтримати академічну доброчесність в університеті".

Щорічне проведення лекцій з "Основ інформаційної культури" для студентів I курсу як подієвий захід має особливе значення. Викладачі НУК впевнені: якщо лекцію проводить Наукова бібліотека, то це завжди буде цікаво та пізнавально. Деякі викладачі навіть проводять моніторинг щодо отриманих студентами знань. Крім того, працівниками бібліотеки було підготовлено екскурс-путівник для першокурсника "Простором Наукової бібліотеки Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова".

Акцент у роботі з науковцями робимо на питання, що стосуються використання наукометричних баз даних у наукових дослідженнях, підвищенню публікаційної активності вченого, розкриваємо можливості відкритого доступу, розповідаємо про навички академічного письма тощо. Ця робота певною мірою переплітається з науковим івент-менеджментом.

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій послужив поштовхом для проведення циклу занять з бібліотечними фахівцями. Сьогодні їх головна тема: "Бібліотекар – знавець та фахівець використання наукометричних баз даних".

## **II. Науковий event-management:**

- створення Інституційного репозитарію;
- підвищення публікаційної активності вчених ЗВО;
- аналіз використання наукометричних баз даних;
- дослідження результативності наукової та науково-методичної діяльності ЗВО;
- популяризація можливостей Відкритого доступу.

Серед подієвих заходів даного напрямку слід відзначити проект "Бібліотека – науковцю", до якого було включено проведення серії семінарів, тренінгів, коучингів, круглих

столів, флешмобів. Кожен із цих заходів був резонансним. Бібліотека організовувала їх проведення не тільки у своєму приміщенні, але й практикувала виїзні заходи.

Для прикладу, зупинимось лише на одному з них, під назвою "Тиждень відкритого доступу – 2017", в рамках якого було проведено: флешмоби "Я підтримую відкритий доступ" (за участю студентів та науковців); відзначення авторів, які зробили вагомий внесок у розвиток інституційного репозитарію; семінар-тренінг "Відкриті архіви – відкрита наука"; круглий стіл "Відкриваємо доступ – відкриваємо можливості"; презентація веб-навігатора "Ресурси відкритого доступу"; вікі-день "Створення та редагування статей, пов'язаних із НУК у багатомережевій енциклопедії "Вікіпедія"".

Наші досягнення: у нас з'явилися нові комунікаційні зв'язки, ми привернули до Наукової бібліотеки ще більше уваги університетської спільноти як до установи, що має різноманітні інтелектуально-інформаційні ресурси і незмінна в одержанні адекватної, вичерпної інформації, яка надається висококваліфікованими фахівцями.

Сьогодні Міністерство освіти України вимагає від ЗВО, а особливо від Національних ЗВО, дані про публікації вчених у Базі даних "Scopus" та Web of Science. Ми своїми діями довели – бібліотека допоможе науковцю стати знаним не тільки в Україні, а й серед світової наукової спільноти.

Автор книги про маркетингові стратегії в академічній бібліотеці Метью Бродерік рекомендує забути про все, що нам відомо про бібліотеку, а звернути увагу на те, як студенти спілкуються, відпочивають, усміхаються, а не тільки навчаються.

Часто до бібліотеки приходять студенти із власними ноутбуками, щоб скористатись Wi-Fi та приміщенням для самостійної роботи із власними матеріалами. Тому в одній із бібліотек ім. Роберта де Сорбона в м. Реймс (площею 5 700 м<sup>2</sup>), яку навіть у Франції називають бібліотекою майбутнього, загальний простір поділено на кілька зон: "зону тиші" (розмови заборонено), "зону спокою" (розмовляти можна тільки тихо) та "зону для розмов" (призначена для спілкування) [3].

Таким чином, сьогодні для сучасної бібліотеки пропонується концепція "третього місця" – тобто чогось середнього між місцем роботи і місцем проживання. Зрозуміло, що подібний простір повинен бути по-своєму нейтральним, який можна швидко переоформити, щоб користувач почував себе комфортно [4]. Такі побажання і у наших користувачів, до цього прагнемо і ми.

Спрямованість освітньо-виховного процесу на розвиток особистості сприяє урізноманітненню комунікативних заходів. Емоційне, образне і асоціативне спілкування дозволяє полегшити сприйняття і засвоєння інформації. Налагодженню емоційного контакту з користувачами молодого покоління сприяють заходи **event позитивних асоціацій**. Серед них: зустрічі з відомими миколаївськими письменниками, заходи проекту "Жива книга", такі як бібліомандрівка "Японія – країна вранішнього сонця", спілкування зі студентами Китаю, Камеруну, Азербайджану, Нігерії, Туркменістану та інших країн (їх можна сміливо зарахувати до крос-культурних комунікацій у менеджменті), обговорення в ракурсі "прочитав сам – і тобі рекомендую"; квести "Капітан своєї долі", "З книгою до спортивних рекордів", "Тасмниці міста N"; історичні екскурси, години цікавих повідомлень, цикл історичних сторіsekів, творчі зустрічі з обдарованою молоддю та багато іншого.

Event позитивних асоціацій – це ті цікавинки, які ми готуємо з різних напрямів виховного процесу.

Подієвими стали PR-заходи, присвячені Всеукраїнському дню бібліотек. Так, у 2018 році ми представили Наукову бібліотеку цікавими виставками-інсталяціями, які супроводжувались неординарними слоганами. Найбільш оригінальна інсталяція "книжковий

корабель" стала пізніше яскравим доповненням до експозиції в рамках інформаційної підтримки Міжнародної науково-практичної конференції "Інновації в суднобудуванні".

Креативно створені лаунж-зони зробили похмурі коридори більш привабливими для спілкування та відпочинку.

Наступний вид – **благодійний евент-менеджмент**. Якщо поглянути на історію людства, то можна побачити, що бібліотеки часто створювалися завдяки опікуванню меценатів. Благодійна акція "Подаруй бібліотеці книгу!" проводиться НБ вже понад 15 років. Найбільш активних учасників було вшановано віртуальною виставкою "Добра справа від щирого серця", в якій було представлено широкий спектр книжкових дарів (сайт Наукової бібліотеки НУК, розділ "Електронні ресурси").

У своїй роботі ми приділяємо увагу і **професійному event-managementu**. До заходів **зовнішнього event-managementu** належить організація Всеукраїнських науково-практичних конференцій, регіональних заходів системи підвищення кваліфікації або участь у них. Ми є активними учасниками міжнародних конференцій, організованих Науковою бібліотекою ім. М. М. Максимовича, НБ ОНУ ім. І. І. Мечникова, НТБ Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна та багато інших.

Подієвим заходом для нас була участь у конкурсі віртуальних виставок, організованому Харківською державною академією культури у 2016 році, де було представлено 2 віртуальні виставки: "Science is the poetry of reality" та "Борис Андреевич Бугаєнко – учений, письменник, художник" (за результатами конкурсу, останній виставці було присуджено II місце і приз – безкоштовна участь у майстер-класі від Дистанційної Академії ВГ "Основа"); а також участь в естафеті виставок-подорожей "Мрій! Читай! Мандруй!", організованої у рамках проекту "Display-кросинг" Молодіжної секції Української бібліотечної асоціації.

**Внутрішній event-management** – це організація конкурсів серед співробітників Наукової бібліотеки. Завдяки їм бібліотека має гімн та емблему, а експозиція "Майстерня радості душі", яка була організована в рамках творчого конкурсу "Креатив-захід", мала загальноуніверситетський резонанс протягом не одного місяця. Унікальність її була в тому, що представлені експонати були виконані у стилі "хенд-мейд" читачами НБ: викладачами, співробітниками, випускниками університету.

З розвитком та удосконаленням інформаційно-комунікаційного середовища, радикальними змінами в технологіях та домінуванням у суспільстві таких комунікаційних каналів, як соціальні мережі, потенційний користувач бібліотеки перемістився у віртуальний простір.

**Соціальні мережі** – особлива комунікаційна система, що відкриває широкі можливості для просування ресурсів та послуг бібліотеки. Вони є ефективним інструментом маркетингових комунікацій, складовою яких є event-management [5].

Наукова бібліотека НУК імені адмірала Макарова представлена у Фейсбуці та на Ютубі. Це дозволяє позиціонувати себе як соціально-орієнтований заклад, а також є складовою PR-комунікацій.

11 років тому голова компанії Apple Стів Джобс презентував світу iPhone – сенсорний багатофункціональний сотовий телефон. Поява лише одного інноваційного пристрою перевернула повсякденне життя людства. Так і повсякденне бібліотечне життя в останні роки змінилося до невпізнанності. Функціонал сучасної бібліотеки давно вийшов за межі звичних рамок. Чи означає це, що бібліотекам не потрібно формувати читацьку культуру і залучати до читання? Питання неоднозначне і може бути взяте за основу дискусії [6].

Якою бути бібліотеці в найближче десятиріччя, аби її не спонукала сингулярність, вирішуємо вже сьогодні ми з вами.

З досвіду ж нашої роботи з організації *event-management* можна зробити такий висновок: **event-management** – це чудовий спосіб зробити бібліотеку привабливою, привернути до неї увагу, підвищити її впізнаваність. А в підсумку – залучити до неї користувача.

Отже, робимо бібліотеку привабливою, а заходи – івентивними! І тоді бібліотека завжди буде в тренді!

#### Список використаних джерел

1. Грабар, Н. Г. Організація комфортного середовища для спілкування в бібліотеці [Текст] / Н. Г. Грабар // Роль бібліотеки у створенні когнітивного ресурсу суспільства знань: технології, освіта, наука : зб. наук. пр. ДУХТ. – Харків, 2016. – С. 33–38. – Електрон. аналог друк. публ. – Режим доступу : <https://bit.ly/2lthMO1> (дата звернення: 15.11.2018).
2. Карнаух, І. Створення образу бібліотеки у локальному і регіональному середовищі [Текст] / І. Карнаух // Матеріали VII міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційний простір бібліотеки". – Львів, 2017. – С. 121–123. – Електрон. аналог друк. публ. – Режим доступу : <https://bit.ly/2RXsuKa> (дата звернення: 15.11.2018).
3. Печена, А. Бібліотека у системі масової комунікації [Текст] / А. Печена // Вісн. Кн. палати. – 2013. – № 10. – С. 12–17.
4. Поперечна, Л. А. Подієві PR-комунікації в реалізації комунікаційної стратегії Наукової бібліотеки [Електронний ресурс] / Л. А. Поперечна // Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Електрон. дані. – Режим доступу : <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/1182> (дата звернення: 15.11.2018). – Назва з екрана.
5. Поперечна, Л. А. Соціальні мережі як інструмент комунікаційно-іміджевої політики наукової бібліотеки [Електронний ресурс] / Л. А. Поперечна // Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Електрон. дані. – Режим доступу : <https://bit.ly/2V9QNHU> (дата звернення: 15.11.2018). – Назва з екрана.
6. Рассадина, М. И. Библиотека в условиях глобальной информатизации: проблемы трансформации [Текст] / М. И. Рассадина // Науч. и техн. б-ки. – 2018. – № 1. – С. 51–59.

Мигунова Т. С.,

Научная библиотека

Национальный университет кораблестроения

имени адмирала Макарова

#### EVENT-MANAGEMENT В PR-КОММУНИКАЦИЯХ НБ НУК, ИЛИ КАК ПРИБЛИЗИТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ К БИБЛИОТЕКЕ

*В докладе освещается опыт работы НБ НУК по организации event-мероприятий как одного из видов современной маркетинговой коммуникационной стратегии. Отмечены функции массово-коммуникационной деятельности современной библиотеки, дан перечень направлений, по которым осуществляется работа в рамках событийного менеджмента.*

*Ключевые слова: событийный менеджмент, библиотека, PR-коммуникации, коммуникационная деятельность.*

**Migunova T. S.,**  
Scientific Library,  
Admiral Makarov National University of Shipbuilding

**EVENT-MANAGEMENT IN PR-COMMUNICATIONS OF THE SCIENTIFIC LIBRARY  
OF THE ADMIRAL MAKAROV NATIONAL UNIVERSITY OF SHIPBUILDING: HOW  
TO ENGAGE NEW MEMBERS FOR THE LIBRARY.**

*In the current conference paper the experience of applying of the event-management in the Scientific Library of the Admiral Makarov National University of Shipbuilding as one of the methods of the modern marketing communication strategy was surveyed. The functions of the modern libraries' communication activity were defined, and the directions of the event management implementation were specified.*

*Keywords: event management, library, PR communications, communication activity.*