

The main objective of information management is to manage information resources and informational abilities of an organisation, creating conditions to learn and adapt to the changing surroundings. The creation, acquirement, collecting, analysis and use of information supplies intellectual potential, that supports the growth, maturity and development of a learning organisation.

The library that applies at least one or two of the four elements in its organisational activities will be able to successfully react to the fast changing circumstances creating in this way conditions to permanent and continuous development of the organisation.

The application of the concept of the learning organisation could become one of the contemporary management methods in every library, which would create conditions not only for effective information management but also aid to promote the staff's positive approach to change, the understanding the general vision of the organisation, new organisational culture that supports the process of permanent improvement.

<sup>1</sup>Senge P. *The fifth discipline: the art and practice of the learning organization*. New York : Doubleday Currency, 1990. 424 p.

<sup>2</sup>Simonaitiene B. *Mokyklos – besimokančios organizacijos vystymas*. Kaunas : Technologija, 2007. P. 44.

<sup>3</sup>Juceviciene P. *Besimokantis miestas*. Kaunas : Technologija, 2007. P. 315.

<sup>4</sup>Atkociuniene Z., et al. *Informacijos ir žinių vadyba verslo organizacijoje*. Vilnius : Vilniaus universiteto leidykla, 2009. P. 103.

Ю.В.Мицкевич

### **Миссия, цели и задачи PR-деятельности библиотек**

Библиотека является значимым социально-культурным, образовательным центром саморазвития личности и разных групп населения. Повышение востребованности библиотечных ресурсов, услуг, продукции у населения, улучшение качества обслуживания целевой аудитории, стремление укрепить свой имидж среди ключевых сообществ, содействовали активизации PR-деятельности библиотек (PR – сокращенное от англ. public relations – общественные отношения).

Результаты анализа литературных источников в области связей с общественностью, позволяют утверждать, что деятельность в области PR (паблик рилейшнз) рассматривается специалистами, как:

– наука и искусство достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации;

– функция менеджмента, которая устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения между организацией и целевой аудиторией;

– теории и методы, применяемые для урегулирования отношений субъекта со своей общественностью;

- коммуникативная деятельность, направленная на формирование эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта;
- создание репутации, формирование доверия общественности на базе диалога;
- консультации, основанные на понимании человеческого поведения<sup>1</sup>.

Миссия, цели и задачи PR-деятельности библиотек находятся в плоскости качественного преобразования человека, его духовного возвышения через позиционирование информационных, материально-технических, интеллектуальных ресурсов.

Миссия PR-деятельности библиотек – формирование благожелательного отношения ключевых сообществ к институту библиотек и достижение успеха в социуме. PR в условиях деятельности библиотек предполагает рассмотрение понятия «общественности» как множества ключевых групп или сообществ, которые причастны к работе данных социальных институтов, а именно: сотрудники, реальные и потенциальные посетители, партнеры, инвесторы, конкуренты, соседи<sup>2</sup>. Для библиотек важно, на наш взгляд, наладить конструктивное взаимодействие с ключевыми сообществами, согласовать их интересы в процессе межличностного общения, тем самым укрепить свой социальный статус, сформировать доверие к позиционируемым предложениям, культурным проектам.

Среди основных целей PR-деятельности библиотек мы выделяем следующие:

- создание и поддержание понятного, благоприятного имиджа;
- управление репутацией, имиджем;
- контроль над процессом влияния внешней среды на деятельность библиотек.

Цели PR-деятельности библиотек детерминируют их задачи:

- создание корпоративной индивидуальности;
- культивирование корпоративного духа среди сотрудников библиотек, членов общественных библиотечных объединений;
- изучение потребностей, предпочтений целевой аудитории;
- завоевание доверия ключевых сообществ;
- создание долговременных отношений со СМИ;
- побуждение инвесторов культурных проектов к плодотворному взаимовыгодному сотрудничеству;
- разрешение возможных конфликтных ситуаций, недоразумений, отстройка от конкурентов;
- диагностика изменений в государственной культурной политике, исследование демографических, культурно-этических и других факторов;
- привлечение к сотрудничеству квалифицированных специалистов.

Таким образом, PR-деятельность библиотек ориентирована, прежде всего, на позиционирование их ресурсов, услуг, продукции целевой аудитории, на формирование благожелательного отношения ключевых