

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Є. О. КИЯНИЦЯ

**ЗВ'ЯЗКИ
БІБЛІОТЕК З ГРОМАДСЬКІСТЮ
В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ
ПРОСТОРІ РЕГІОНУ**

Монографія

Київ
Видавництво Ліра-К
2018

УДК 021.8:316.772.4
К469

Рецензенти:

Є. В. Ромат – доктор наук державного управління, професор кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету;

Ю. І. Горбань – кандидат культурології, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційних наук, директор наукової бібліотеки Київського національного університету культури і мистецтв;

О. В. Голік – кандидат наук і соціальних комунікацій, доцент кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету;

В. М. Медведєва – кандидат педагогічних наук, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційних наук Київського національного університету культури і мистецтв.

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв,
протокол №22 від 26 лютого 2018 року*

Кияниця Є. О.

К469 Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону : монографія / Є. О. Кияниця. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. – 180 с.

ISBN 978-617-7605-15-6

У монографії розглянуто основні теоретичні підходи до застосування зв'язків з громадськістю в бібліотечних установах, а також практичні засади використання PR-технологій в обласних універсальних наукових бібліотеках. Висвітлення здобутків центральних бібліотек США та Західної Європи у сфері розбудови зв'язків з різними цільовими групами, дає змогу застосування сучасних трендів public relations, демонструючи свою ефективність в світі. Розроблено релевантну модель системного розвитку ефективних зв'язків вітчизняних бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону, що ґрунтується на послідовності визначених дій (аналіз ситуації, постановка цілей, розроблення і впровадження плану комунікації з різними цільовими групами, аналіз ефективності проведеної кампанії); наявності кваліфікованих фахівців та їх можливості оперувати PR-інструментами; підтримці органів державної влади та місцевого самоврядування; залученні до співпраці спонсорів та фандрайзерів, приверненні уваги ЗМІ завдяки проведенню інноваційних проєктів та генерації креативного контенту.

Видання розраховане на науковців, аспірантів, студентів напряму підготовки реклама, зв'язки з громадськістю, бібліотекознавство, інформологія, співробітників різних рівнів бібліотечної сфери, а також широкого кола читачів, яких цікавлять проблеми розвитку зв'язків з громадськістю.

УДК 021.8:316.772.4

ISBN 978-617-7605-15-6

© Кияниця Є. О., 2018

© Видавництво Ліра-К, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ	7
1.1. Зв'язки бібліотеки з громадськістю як об'єкт наукового дослідження	7
1.2. Методологічні засади дослідження	29
РОЗДІЛ 2. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ПІДСИСТЕМИ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ: ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД	48
2.1. Розвиток паблік рілейшнз у діяльності бібліотек. Досвід США та країн Західної Європи	48
2.2. Етапи інституціоналізації зв'язків з громадськістю у бібліотечних закладах України	63
РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОБЛАСНИМИ УНІВЕРСАЛЬНИМИ НАУКОВИМИ БІБЛІОТЕКАМИ УКРАЇНИ	77
3.1. Особливості зв'язків з громадськістю в ОУНБ: кінець ХХ – початок ХХІ століття	77
3.2. Моделювання ефективного алгоритму системного застосування зв'язків ОУНБ із громадськістю	88
ПІСЛЯМОВА	142
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	146
ДОДАТКИ	171