

Створення комунікаційної політики: чому і як

Олександра Листопад,
Наукова бібліотека
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Що таке комунікаційна політика

Комунікаційна політика – це принципи, що регулюють взаємодію організації з фізичними особами та організаціями, встановлює правила і призначає відповідальних за окремі напрями комунікації, складова маркетингу і піару.

Для чого потрібна комунікаційна політика

Асланов (2017) визначає піар як політику **організації** (компанії, персони), скеровану на побудову правильних комунікацій між організацією і цільовими аудиторіями, що має завдання налагодити стійкі стосунки, довіру, взаєморозуміння, змінити погляди і поведінку цих аудиторій.

Мій досвід

Влітку 2018 були розроблені Комунікаційні політики Наукової бібліотеки НаУКМА, які регулюють ведення інформаційних каналів бібліотеки. Інформаційні канали бібліотеки – джерела та засоби поширення інформації, за допомогою яких бібліотеки здійснює комунікацію.

В основному йдеться про сторінки бібліотеки в соціальних мережах та сайт. Це був досвід саме створення політик для університетської бібліотеки.

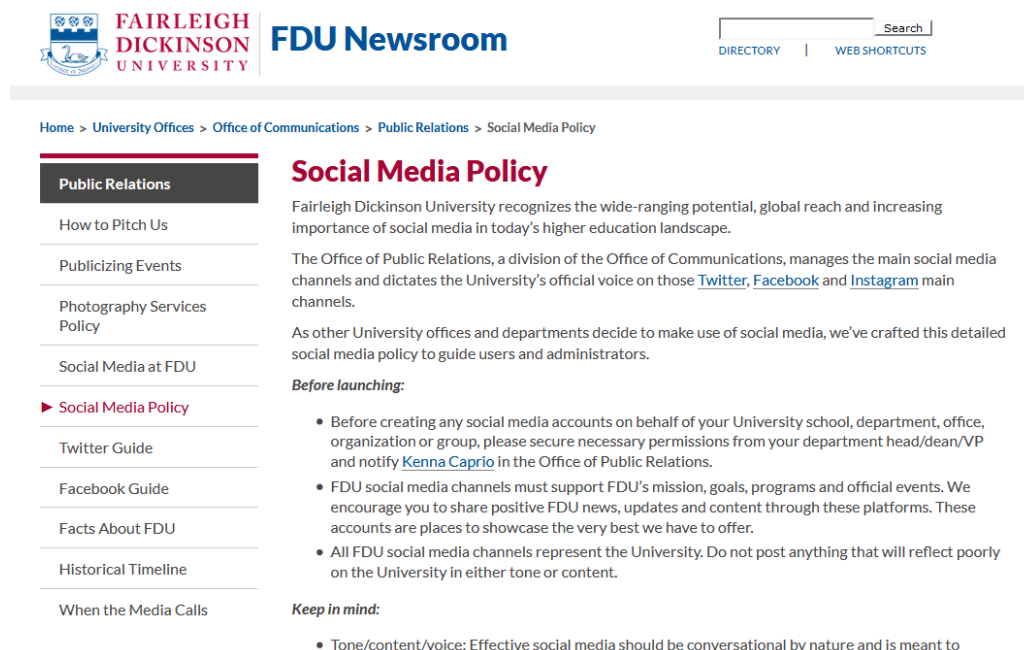
! Що прописуємо в політиці

- 1) Документи, яким підпорядковуємось
- 2) Принципи, якими керуємось
- 3) Майданчики, на яких спілкуємось
- 4) З ким налагоджуємо комунікацію (аудиторії)
- 5) Меседжі, які передаємо в спілкуванні з нашими аудиторіями
- 6) Терміни, принципи та способи оцінювання ефективності комунікації
- 7) Механізм внесення змін до комунікаційної політики
- 8) Відповідальних за різні аспекти / ділянки комунікації.

Принципи в політиках закордонних університетів та їхніх бібліотек

Комунікаційні політики університетів (Університет Ферлі Дікінсона, Університет Чикаго) містять вимоги:

- дотримуватися законодавства країни
- дотримуватися комунікаційних політик університету
- власні правила до комунікації бібліотеки / університету
- університети закликають всі підрозділи (зокрема бібліотеки) дотримуватися загальних правил



The screenshot shows the FDU Newsroom website. The header includes the Fairleigh Dickinson University logo and the text "FDU Newsroom". A search bar and links for "DIRECTORY" and "WEB SHORTCUTS" are also visible. The main content area is titled "Social Media Policy" and includes a breadcrumb trail: "Home > University Offices > Office of Communications > Public Relations > Social Media Policy". The page content discusses the university's recognition of social media's potential and reach, and outlines the role of the Office of Public Relations in managing social media channels. It also provides guidelines for users and administrators, including a "Before launching" section with bullet points on permissions, mission support, and content standards, and a "Keep in mind" section with a bullet point on tone/content/voice.

Public Relations

- How to Pitch Us
- Publicizing Events
- Photography Services Policy
- Social Media at FDU
- Social Media Policy**
- Twitter Guide
- Facebook Guide
- Facts About FDU
- Historical Timeline
- When the Media Calls

Social Media Policy

Fairleigh Dickinson University recognizes the wide-ranging potential, global reach and increasing importance of social media in today's higher education landscape.

The Office of Public Relations, a division of the Office of Communications, manages the main social media channels and dictates the University's official voice on those [Twitter](#), [Facebook](#) and [Instagram](#) main channels.

As other University offices and departments decide to make use of social media, we've crafted this detailed social media policy to guide users and administrators.

Before launching:

- Before creating any social media accounts on behalf of your University school, department, office, organization or group, please secure necessary permissions from your department head/dean/VP and notify [Kenna Caprio](#) in the Office of Public Relations.
- FDU social media channels must support FDU's mission, goals, programs and official events. We encourage you to share positive FDU news, updates and content through these platforms. These accounts are places to showcase the very best we have to offer.
- All FDU social media channels represent the University. Do not post anything that will reflect poorly on the University in either tone or content.

Keep in mind:

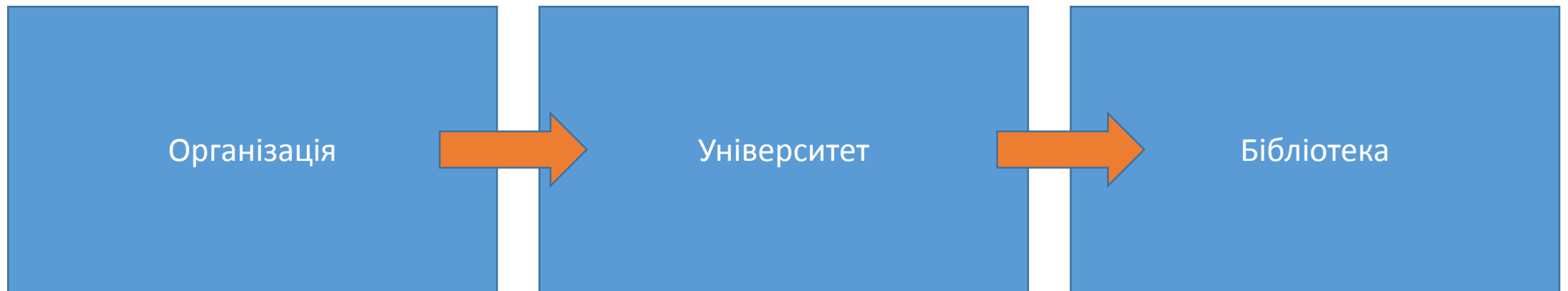
- Tone/content/voice: Effective social media should be conversational by nature and is meant to

Для визначення принципів і меседжів

1. Вивчити комунікаційні політики організації, до якої входить Ваша бібліотека (УБА, Мінкульт, університет).
2. Звернути увагу на стратегію і цінності цієї організації.
3. Переглянути сайт і сторінки цієї організації в соцмережах.
4. Можливо, порадитися зі співробітниками організації, до якої входить Ваша бібліотека або з колегами, що вже мають досвід створення таких політик або займаються піаром своєї бібліотеки.

Якій організації ми підпорядковуємось

Університетська бібліотека – частина ЗВО, зокрема Могилянська бібліотека входить до структурних підрозділів НаУКМА.



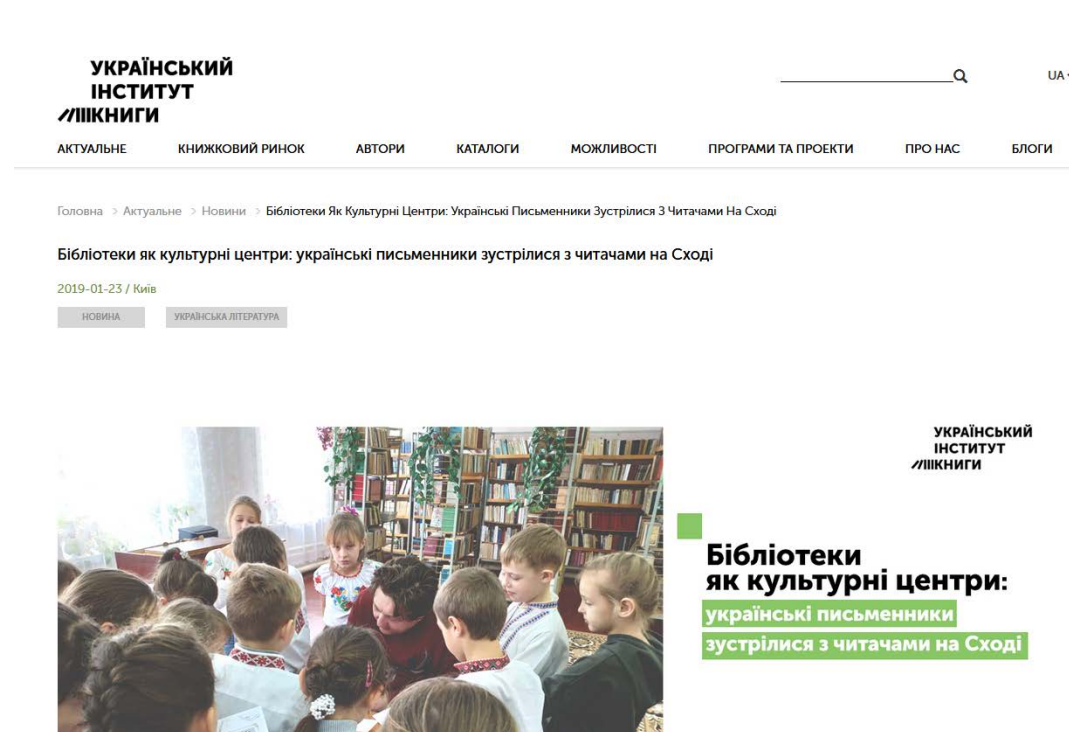
З ким налагоджуємо комунікацію

- читачі
- колеги / конкуренти
- партнери
- преса
- посадовці
- організація, якій підпорядковуємось

З ким налагоджуємо комунікацію



читачі



партнери

З ким налагоджуємо комунікацію



Всеукраїнська акція
«Бібліотека українського воїна»

Акція ініційована Міністерством культури України для підтримки бойового духу та патріотичного виховання українських військовослужбовців.

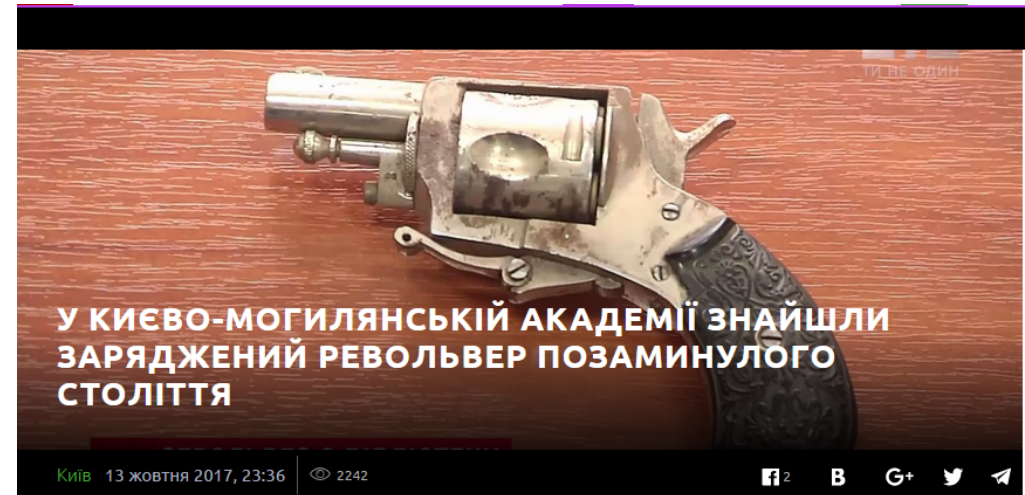
У ході проведення акції будуть прийматися та передаватися до бібліотек військових частин Збройних Сил України кращі зразки вітчизняної та світової художньої літератури в перекладі українською мовою, науково-популярні видання з історії Української держави, її культури, Збройних сил.

Координатор акції - Національна парламентська бібліотека України.

Співкоординатори акції - обласні універсальні наукові бібліотеки, Публічна бібліотека ім. Лесі Українки міста Києва.

організації, яким
підпорядковуємось*

*скріншот з сайту НБУ ім. Ярослава Мудрого



Зброя лежала за книжною шафою, котру не рухали півтори сотні років.

У Києво-Могилянській академії [знайшли зброю кінця XIX століття](#). На револьвері є гравіювання: цифри та вирізьблена корона, йдеться в сюжеті [ТСН.19:30](#).

Пістолет виявили за книжковою шафою, яку не рухали понад 150 років. Антикварний револьвер знайшла помічник президента «Могилянки» Катерина Максим. Зброя була в староакадемічному корпусі, збудованому ще Іваном Мазепою, де проводять реконструкцію приміщення. «Це було в купі сміття – і будівельного, і не тільки будівельного. Хтось викинув або загубив його», - каже представник НАУКМА.

преса

З ким налагоджуємо комунікацію

Пропишіть усі можливі типи аудиторій, з якими взаємодіє Ваша бібліотека, та виберіть 3-5 основних.

Наприклад, основними адресатами комунікації Могилянської бібліотеки є науковців, студенти, партнери, спонсори та абітурієнти.

Майданчики / де налагоджуємо комунікацію

- сайт
- листування
- соціальні мережі
- живе спілкування

The screenshot shows the 'Новини' (News) section of the NaUKMA website. The top navigation bar includes links for 'Головна', 'Послуги та сервіси', 'Фонди та колекції', 'Е-ресурси', 'Дослідники', 'Новини' (highlighted), and 'Про бібліотеку'. On the left, a sidebar under the 'Новини' heading contains links to 'Архів новин' and 'Пошук у новинах'. The main content area is titled 'Останні новини' (Latest News) and lists several news items with dates and brief descriptions. Each item has a 'Детальніше...' (More details...) link. The news items include: a presentation of a book by Daniel Grigorchuk, access to digital journals, a webinar on Statista, a presentation of a journal issue, a vacancy announcement, and a notice about prize money for authors.

Головна Послуги та сервіси Фонди та колекції Е-ресурси Дослідники **Новини** Про бібліотеку

Новини

- Архів новин
- Пошук у новинах

Останні новини

30.03.19
7-а Міжнародна науково-практична конференція «Наукова комунікація в цифрову епоху»

28.02.19
БІБЛІОТЕЧНИЙ КАТАЛОГ
ТИМЧАСОВО НЕ ПРАЦЮЄ

28.02.19
Звіт про роботу Наукової бібліотеки НаУКМА у 2018 р.

07.02.19
Вебінар «Tipton Statista для досліджень з маркетингу, бізнесу та менеджменту»

31.01.19
Презентація 5 номера "Kyiv-Mohyla Humanities Journal"

31.01.19
ВАКАНСІЇ в Бібліотеці

30.01.19
Підвищено пеню за невчасне повернення

Презентація Даниїла Григорчука "Міф і божівілля" / 24.01.2019
Запрошуємо моголянську спільноту на презентацію книги гостьового професора Києво-Могилянської академії Даниїла Григорчука «Міф та божівілля». Роман «Міф та божівілля» – це художній погляд на події Революції Гідності, поєднання...

Детальніше...

Доступ до журналів і газет стає зручнішим і швидшим / 10.01.2019
У НаУКМА передплатено доступ до електронних версій журналів на платформі JournalsUA. Тепер користувачі Бібліотеки НаУКМА зможуть читати 8 українських періодичних видань у режимі онлайн. JournalsUA – найбільший в Україні портал...

Детальніше...

До ювілею мистецтвознавці Л.І. Брюховецької / 08.01.2019
7 січня виповнюється 70 років старшій викладачці НаУКМА Л.І. Брюховецькій. Лариса Іванівна – відома українська дослідниця, кінокритик, мистецтвознавиця, письменниця, авторка відомих статей, монографій, редакторка і упорядниця...

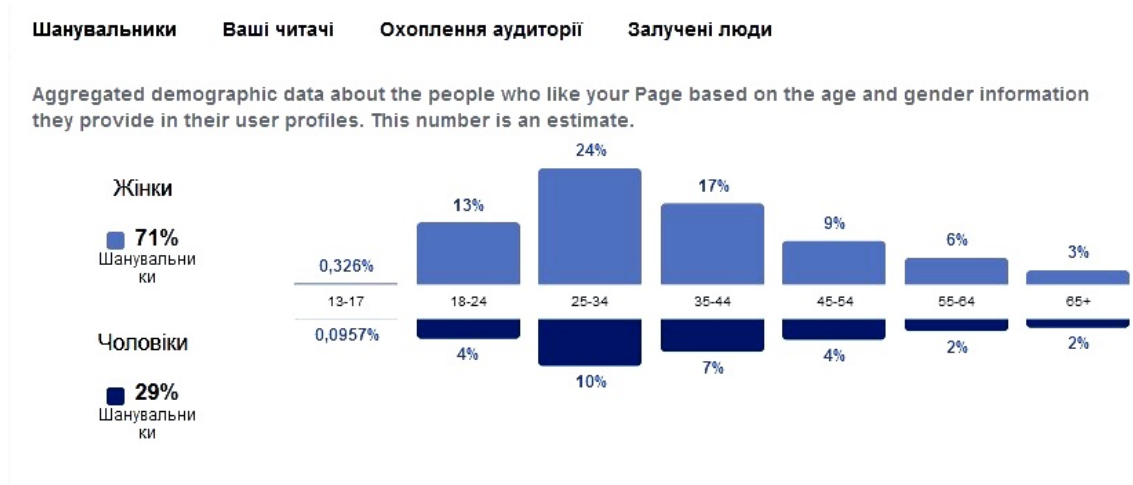
Детальніше...

Преміювання науковців НаУКМА: грудень 2018 / 06.01.2019
У грудні 2018 р. відбулося чергове преміювання науковців НаУКМА за публікації у виданнях, що індексуються в наукометричних базах Scopus та/чи Web of Science Core Collection. Відповідно до наказу №278 та наказу №562, винагороду...

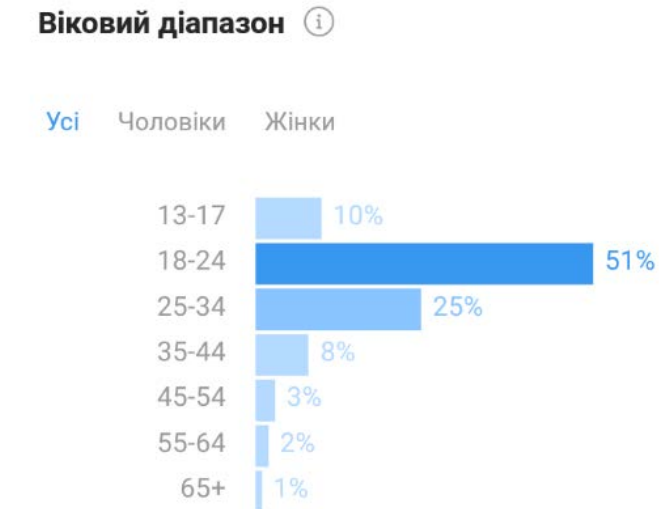
Детальніше...

Майданчики / де налагоджуємо комунікацію

Де комунікують з Вами читачі, партнери, посадовці?

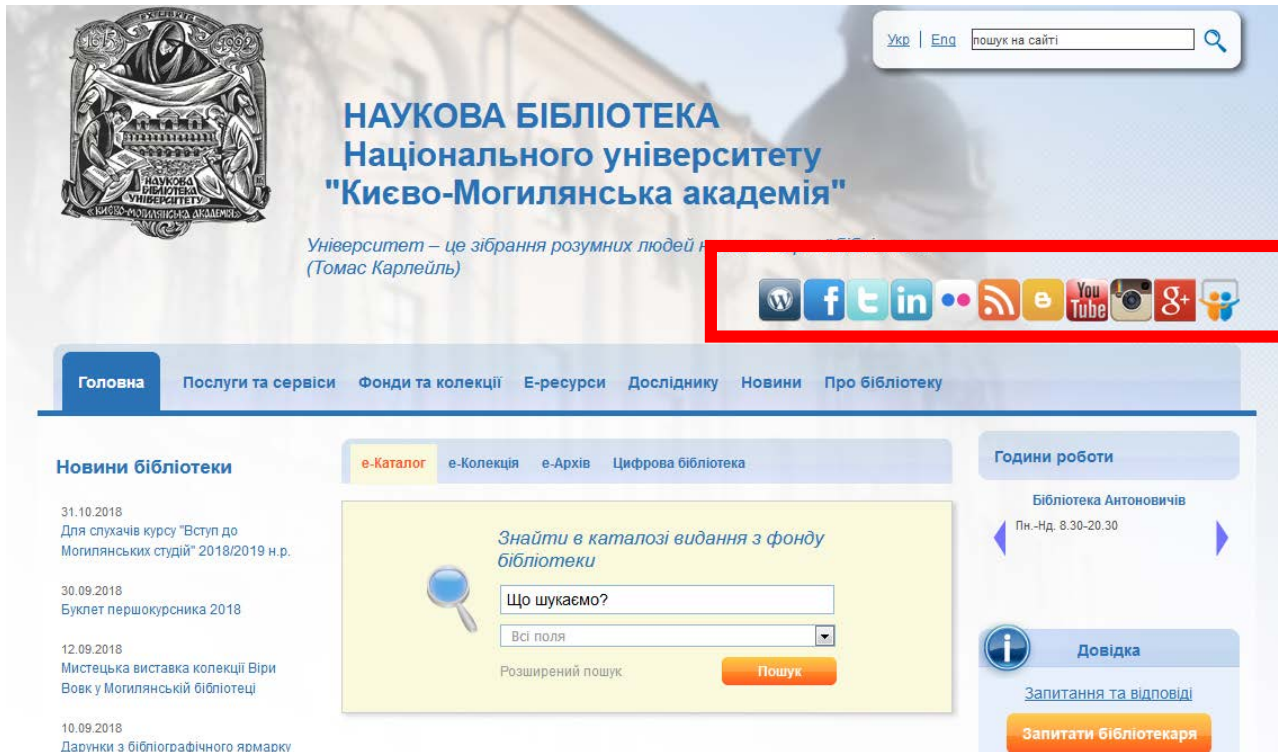


Facebook НБ НаУКМА 2018 рік



Instagram НБ НаУКМА 2018 рік

Майданчики бібліотеки НаУКМА

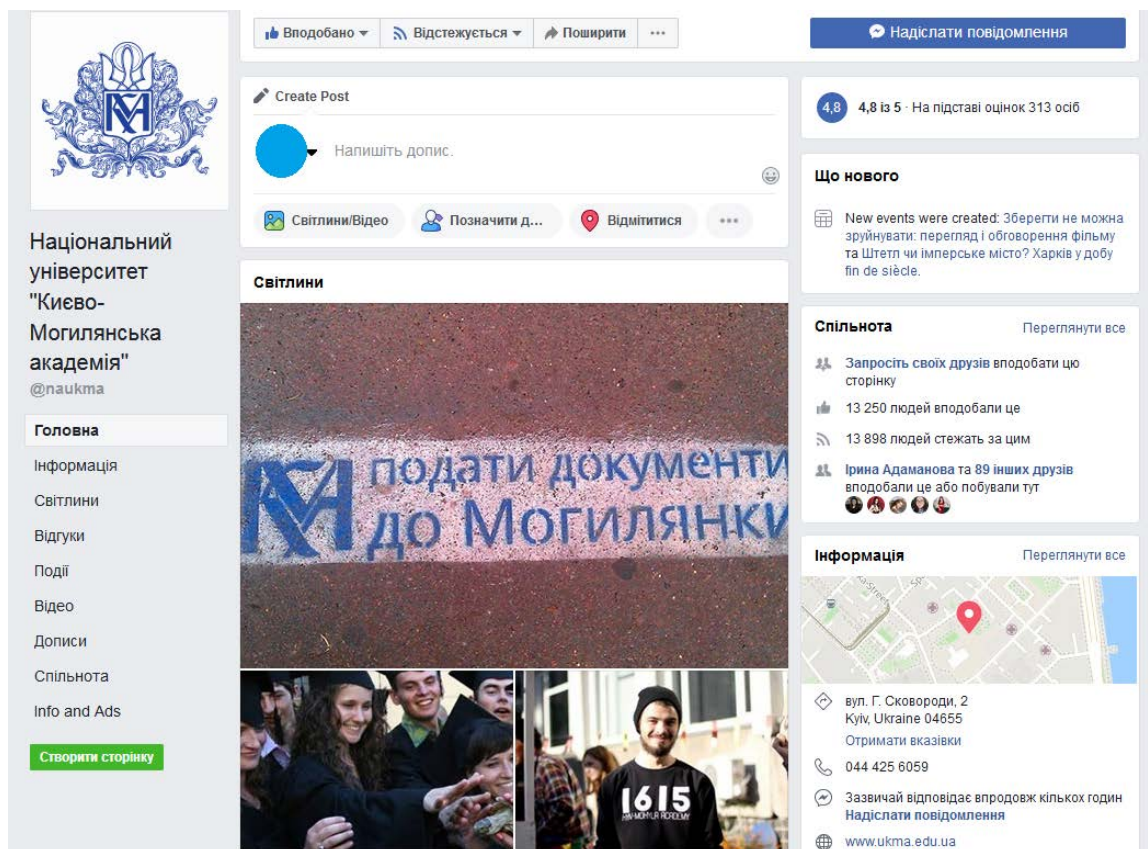


«PR-діяльність у мережі
Інтернет бібліотека ВНЗ може
проводити за допомогою
створення та підтримання
власного веб-сайту, блогів та
мікроблогів, участі у веб-
форумах, соціальних мережах
(...)» [7]

Меседжі Києво-Могилянської академії

- тяглість традицій і згуртованість спільноти
- співпраця та обмін досвідом, наука міжнародного рівня
- виховання активних свідомих громадян, мислячих, творчих особистостей, що здатні започатковувати ініціативи.

Меседжі Києво-Могилянської академії



Цінності:

- Могилянська спільнота
- Особистість
- Гуманізм
- Креативність
- Лідерство
- Якість
- Національна свідомість
- Демократія
- Активна громадянська позиція

Меседжі бібліотеки НаУКМА

1. Бібліотека є консультаційним центром для дослідників
2. Бібліотека покращує якість і доступність ресурсів
3. Бібліотека знає про і бере участь в культурних подіях
4. Бібліотека НаУКМА – університетська бібліотека (підтримка цінностей Академії).

Внесення змін до політик

Можливі причини внесення змін до політик:

- 1) нові канали, завдяки яким спілкується цільова аудиторія
- 2) падіння охоплення розміщених матеріалів
- 3) нестача ресурсів для підтримання каналів, на яких не приходять нові відвідувачі і знижується зацікавлення матеріалами
- 4) пропозиції від співробітників бібліотеки, університету чи студентів / студентських організацій

Спілкування з посадовцями та організаціями

- 1) Листування / зустрічі з чітко визначеними термінами: періодичність, меседжі, стиль спілкування, принципи, відповідальні.
- 2) Листування / зустрічі за потреби: меседжі, стиль спілкування, принципи, відповідальні.
- 3) Оцінювання ефективності спілкування, відповідальні.

Оцінювання ефективності комунікації

За якими показниками:

- 1) Відвідуваність та взаємодія з соцмережами та сайтом.
- 2) Відвідуваність бібліотеки.
- 3) Відгук громадськості та організацій на запропоновані проекти.

Терміни:

щорічний, піврічний, квартальний аналіз показників.

Джерела

1. Асланов Т. PR-тексты: как зацепить читателя / Тимур Асланов. – Санкт-Петербург [та ін.] : Питер, 2017. – 173, [1] с. – (Маркетинг для профессионалов).
2. Місія і візія НаУКМА. Цінності НаУКМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/pryznachennia-ta-misiia>
3. Чорна Т. В. Стратегія розвитку Наукової бібліотеки НаУКМА 2018-2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/naukmalibrary/20182023>
4. Звіт про роботу Наукової бібліотеки НаУКМА у 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12576/Zvit_NB_NaUKMA_2017.pdf
5. Комунікаційні політики Наукової бібліотеки НаУКМА.
6. Кулик Є. В. Чинники ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій у практиці бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва / Є. В. Кулик // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2015. – № 1. – С. 101–108. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2015_1_15.
7. Назаровець М. PR бібліотек вищих навчальних закладів у мережі інтернет / М. Назаровець // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 12. – С. 21–22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_12_5.

Дякую за увагу!