

УДК 0.21

А.Л. Кухаренко

## ГУМАНІСТИЧНИЙ ІМІДЖ БІБЛІОТЕК У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*У статті аналізуються актуальні питання формування позитивного, гуманістично спрямованого іміджу бібліотек, який здатен забезпечити її конкурентоспроможність у комунікаційному просторі сучасності. Завдяки цьому можливо підвищити престиж та статус бібліотек, а також представити переваги бібліотек у культурно-просвітницькій сфері діяльності. Виявляються гуманістично-ціннісні орієнтації функціональної складової діяльності книгозбірень; розкрито потенціал формування професійних взаємовідносин у колективі на основі цих цінностей. Визначається важливість гуманістичного наповнення діяльності бібліотек, що сприяє формуванню особистості бібліотекаря – гуманіста та патріота своєї професійної справи.*

**Ключові слова:** бібліотека, гуманістичні цінності, гуманістично спрямований імідж, бібліотекар-гуманіст, професійна взаємодія, комунікаційний простір.

А.Л. Kuharenko

## HUMANISTIC IMAGE OF LIBRARIES IN MODERN COMMUNICATION SPACE

*The article analyzes the current issues of formation of the positive, humanistically oriented image of the library, which is able to provide its competitiveness in the communication space of modernity. Therefore it is possible to raise the prestige and status of libraries, and to provide the benefits of libraries in cultural and educational sphere. The humanistic-value orientations of functional component of the library activity is identified; untapped potential of development of professional relationships in the team on the basis of these values. The importance of the humanistic content of library activity, which contributes to the identity of the librarian-humanist and patriot of his career, is defined.*

**Keywords:** library, humanistic values, humanistically oriented image, librarian-humanist, professional interaction, communication space.

Глобалізація інформаційних процесів, усебічне запровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, створення інформаційно-комунікаційного простору, доступність світових інформаційних ресурсів – усе це забезпечує ефективність інтерактивної взаємодії людства, а також створює умови задоволення соціальних та особистісних потреб користувачів у комунікаційному просторі суспільства. Крім того, це знаходить відображення у новій інформаційній інфраструктурі суспільства, невід’ємною складовою якої постає сучасна бібліотека, особливо в системі бібліотечного сервісу.

Становлення комунікаційної культури, заснованої на радіоелектронних засобах

зв’язку та формуванні нового інформаційного ринку продуктів та послуг, висуває вимоги до зміни статусу традиційних книгозбірень. Виконуючи своє головне призначення, що полягає у збиранні, зберіганні, виробництві, розповсюдженні та використанні загальнодоступної інформації, бібліотеки об’єктивно сприяють її перетворенню в ціннісний гуманістичний ресурс нації, від якого залежить, на думку О. Кашкарьової, сталий розвиток суспільства [1].

Нині тема іміджу і фірмового стилю бібліотеки є однією з найбільш актуальних і поширених у професійних колах. Функціонуючи в конкурентному середовищі, кожний заклад повинен обов’язково піклуватися про

формування ефективного іміджу, що забезпечує в перспективі «свою ринкову нішу», увагу з боку клієнтів, гарантованість, привабливість і зрештою – успішну діяльність у сучасному комунікаційному просторі.

Бібліотечна спільнота більше не може дозволити собі залишатися байдужою до того, яке враження вона справляє на оточуючих, оскільки від усвідомлення цього факту залежить престиж, статус і роль її установи. У свою чергу, сучасне соціальне замовлення суспільства вимагає переоцінки нашого ставлення до визначення пріоритетності напрямів функціональної діяльності бібліотек, особливо на стадіях формування нового конструктивного образу традиційних книгозбірень.

Закладення основ гуманістичного іміджу бібліотечної діяльності є певною цінністю, яка містить сукупність загальнолюдських ідей, професійно-ціннісних орієнтацій, якостей особистості бібліотекаря, універсальних засобів застосування та використання новітніх технологій у бібліотечній діяльності, що дають змогу закладу розвиватися в гармонії з загальнолюдською культурою й набувати соціальної та професійної стійкості. Відсутність гуманістично-спрямованого іміджу бібліотек може привести до найгіршого сценарію з усіх можливих: кадрового зубожіння та підтвердження стереотипу «вимираючої професії».

*Мета статті* – визначити й охарактеризувати доцільність формування гуманістичного іміджу бібліотек у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі.

*Завдання статті*: 1) розкрити гуманістичний підхід до організації культурно-просвітницької діяльності бібліотек; 2) виокремити гуманістично-ціннісні складові функцій іміджу книгозбірень; 3) виявити потенціал формування гуманних взаємовідносин у колективі, що сприяють позиціонуванню особистості бібліотекаря – гуманіста та патріота професійної справи.

Суттєвих змін зазнають основні завдання та функції бібліотеки як важливого елемента системи соціальних комунікацій, відбувається формування нових тенденцій у діяльності всіх її елементів, спрямованих на забезпечення процесів розвитку суспільства [2]. Дедалі помітнішими в її практиці стають особливос-

ті, що визначають книгозбірню як доступний широкому загалу осередок громадських комунікацій. Насамперед це: доступність бібліотечних послуг, публічний, відкритий характер діяльності, можливість використання інформаційних ресурсів і сервісів у віддаленому режимі, розширення масової аудиторії бібліотеки [3]. Важливим джерелом сучасних змін у бібліотеці є формування позитивного іміджу, поширення престижу бібліотечної професії, надання нового статусу культурно-просвітницькому закладу через гуманізацію та гуманітаризацію професійної діяльності, загостривши проблему самовизначення. Потреба у створенні гуманістичного іміджу полягає не тільки в отриманні організацією популярності, зміцненні позиції установи в місцевому співтоваристві, залученні потрібних партнерів, розвитку перспективних напрямів діяльності, а й у забезпеченні соціальної цінності, бажаного ставлення до себе, основою якого є надійність, щирість, гідність, людяність спілкування, культура і соціальна відповідальність.

Кінцевою метою всіх перетворень у бібліотечних закладах є реалізація гуманістичної складової їхньої функціональної діяльності, спрямованої на корегування моральної свідомості користувача за рахунок утвердження гуманістичних цінностей, збагачення творчого потенціалу, духовного розвитку особистості. Цей процес супроводжується пошуком і застосуванням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, форм, методів, засобів, їхнім активним використанням у практиці бібліотек щодо забезпечення оптимізації (гармонізації) й управління бібліотечною діяльністю у контексті створення її сучасного образу.

У сучасному гуманітарному знанні склалися стійке уявлення про імідж як про певну цінність, від наявності якої залежить ефективність тривалого успіху бібліотек, формування в масовій свідомості позитивного ставлення до діяльності традиційних книгозбірень. Практичні семінари, круглі столи, дискусії та інші форми обміну досвідом і підвищення кваліфікації бібліотечних працівників регулярно актуалізують питання щодо іміджу, престижу та статусу бібліотек у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Величезна робота,

яка проводиться науковцями, бібліотекарями, не повинна залишитися без певної уваги, вона потребує підтримки й подальшого обґрунтування проблеми за межами книгозбірень. Значний внесок до усвідомлення іміджу бібліотек як соціокультурного феномена виявлено у працях М. Матвєєвої, Д. Равінського, Є. Єгорової, С. Єзової, Г. Фонотова [5 – 9]. Важливе методологічне значення для розуміння сутності та природи іміджу в просторі бібліотечно-інформаційної діяльності мають роботи [4; 10 – 12]. Дослідники вважають, що зміст іміджу визначається когнітивним і емоційним ставленням до об'єкта, тобто має насамперед оцінювальний характер.

У контексті бібліотечної іміджології під образом (іміджем) бібліотеки мають на увазі загальне уявлення про якісну визначеність її функціональної діяльності, в якій соціально-комунікативна категорія є об'єднуючим елементом між соціумом і культурно-інформаційним інститутом – бібліотекою [7]. Поряд з інформаційною, культурно-просвітницькою, виховною діяльністю, сучасні книгозбірні все більше відіграють роль ініціаторів суспільної взаємодії. Вони активно задіяні у багатовимірних комунікаціях, важливим компонентом яких є іміжєві комунікації, що забезпечують у свою чергу престижність установи, впливають на демократизацію та гуманізацію зовнішніх і внутрішніх взаємовідносин.

Виокремлюють два напрямки досліджень, пов'язаних із вивченням проблем іміджу, які тематично групуються, по-перше, навколо соціологічного та культурологічного аналізу сприйняття бібліотек у суспільстві та репрезентацій ставлення до традиційних книгозбірень у літературі, періодичній пресі [5, 6] і, по-друге, навколо розробки технологій бібліотечної реклами та зв'язків з громадськістю [13, 14].

Своєю функціональною діяльністю бібліотеки покликані забезпечувати гуманізацію спілкування за рахунок трансляції національних і загальнолюдських цінностей. На цьому наполягають такі провідні дослідники гуманістичної діяльності бібліотек, як А. Соколов, С. Басов, К. Генієва, С. Єзова, В. Ільганаєва, С. Матліна, А. Чачко. Характеризуючись ефек-

тивним інформаційним мисленням і навичками, що дозволяють збільшити кількість спожитої, опрацьованої та якісно відтвореної інформації, сучасний бібліотечний фахівець повинен орієнтуватися на підвищення якості та комфортності обслуговування користувачів, при цьому світоглядним нормативом його діяльності повинен бути бібліотечний гуманізм [10].

Незважаючи на широке коло існуючих досліджень, що розвивають різні аспекти комунікаційної складової бібліотечної діяльності (бібліотечне обслуговування як діалог); (спілкування в межах індивідуальної роботи); (психолого-педагогічний аспект професійного спілкування); (перспективну, інтерактивну та комунікативну сторони бібліотечного спілкування), можна наполягати на тому, що ситуацію ускладнює відсутність єдиного бачення образу бібліотеки, орієнтованого на загальнолюдські цінності, реалізацію гуманістичної концепції у формуванні бібліотечного простору.

У сфері своєї комунікаційної діяльності бібліотеки орієнтуються на виявлення кола потенційних споживачів, надання кваліфікованих послуг, поширення інформації про роль культурно-просвітницького закладу в суспільстві, його позиціонування серед інших соціальних інститутів, просування традиційних та інноваційних запроваджень. Засоби формування іміджу – керовані комунікації (інформаційні, рекламні, психологічні, організаційні та ін.), мають формувати «гуманістичний тип взаємодії» бібліотекаря та користувача. До даного контексту можна додати, що концептуальні засади вияву та використання іміжєвих комунікацій логічно пов'язані з гуманістичною місією бібліотек, яка полягає не в сучасному інформаційному обслуговуванні споживачів, а в порятунку суспільства від згубної недуги – дегуманізації.

Сучасне призначення бібліотек ми вбачаємо у тому, що поряд з інформаційною, культурно-просвітницькою, виховною діяльністю вони все більше відіграють роль ініціаторів суспільної взаємодії й тим самим сприяють формуванню громадської згоди, розвитку інтелектуально-комунікаційного потенціалу особистості.

Гуманістичний підхід до організації культурно-просвітницької діяльності бібліотек визначає цінність людини як особистості, її право на свободу, щастя, розвиток і прояв усіх здібностей. Ця система поглядів доводить – благо людини має бути критерієм оцінки соціальних явищ. Сучасні зміни потребують створення іміджу бібліотеки, що ґрунтується на високих духовних вимірах, визнає ідею гідності людини, легітимізує такі стандарти, як справедливість, порядність, чесність, солідарність, патріотизм, безкорисливість і забезпечує повноцінне функціонування культурно-просвітницького закладу в інформаційно-комунікаційному просторі.

Ціннісні установки професійної бібліотечної діяльності у всіх її різновидах втілені у загальнолюдських цінностях – пошані, честі та гідності людини, унікальності її особистості. Вони базуються на етичній надійності особистості фахівця бібліотечної справи. Гуманістичні цінності становлять основу його світоглядних позицій. Кредо бібліотекаря, на наш погляд, це – дбайливе збереження та відтворення духовних цінностей; турбота про інтелектуальне, етичне здоров'я читачів, інформаційна безпека. Людина духовна тією мірою, якою вона замислюється над цими питаннями та прагне отримати на них відповідь. Формування духовних потреб своїх читачів є найважливішим завданням бібліотекарів. Духовність характеризується добрим ставленням до інших людей, увагою, готовністю прийти на допомогу, розділити радість або горе.

Розвиток комп'ютерних мереж, який безумовно є прогресивним явищем, визначальною характеристикою сучасної бібліотеки, не завжди має позитивний вплив на формування людського соціуму, а іноді скорочує процес живого особистісного спілкування, порушує емоційність міжособистісних контактів заглибленням у світ електронних технологій. Ми вважаємо, що активним використанням інформаційних технологій не можна відкинути традиційні форми бібліотечного спілкування. Характер взаємодії читач-бібліотекар нині потребують паритетності, суб'єкт-суб'єктних взаємин, що загострює проблему професійної

компетентності бібліотечних фахівців. У питаннях посилення гуманістичної складової в реалізації своїх функцій бібліотекарі мають враховувати загальну ситуацію взаємодії зі своїми користувачами, розрізняти особливості трансляції гуманістичних цінностей в умовах фізичного контакту з ними у просторі бібліотеки та в умовах віртуального простору.

Можна згадати думку С. Єзової, яка стверджує, що цінність іміджу має підкреслювати філософське розуміння проблеми «читаючої нації», і проголошує у своїх працях бібліотечне спілкування «безмежним всесвітом, що включає в собі книжкові і електронні багатства, особистість бібліотекаря, особистість читача, охоплюючи всі галузі життєдіяльності людини, її самовизначення» [8]. Якщо розвивати цю тенденцію далі у контексті створення сприятливого, комфортного бібліотечного середовища та його впливу на можливість встановлення партнерських відносин, націленості на співпрацю, можна відмітити, що рядовий користувач, як правило, приділяє більше уваги особистості фахівця, що позитивно впливає на якісний рівень безпосереднього міжособистісного контакту – гуманізацію спілкування, передбачення здатності людини відчувати й співчувати, переживати і співпереживати, вміння розрізняти добро і зло, визнавати справедливість, милосердя, порядність, добродійність і совість, а також морально-етичні потреби, оцінки, смаки, ідеали, мотиви, вчинки. Ядром комфортного обслуговування має бути людяність, привітність персоналу, занепокоєння довірою взаємовідносин.

Сучасні бібліотеки повинні орієнтуватися на багатоманітність потреб і зацікавленість користувача у споживанні інформації, знаннях, спілкуванні з урахуванням різноманітних факторів: гендерного підходу, вікових, психологічних особливостей, стану здоров'я, віросповідання, професійних особливостей.

Великі надії покладає держава на особистість бібліотекаря як на творчого, знаючого, талановитого професіонала, патріота своєї справи, який би зміг реалізувати свою місію – зберігати й розвивати національну культуру, поширюва-

ти гуманістичні цінності та ідеали, формувати ментальність, впливати на соціальну мобільність, здатність до самореалізації, ініціативи, співпраці та відповідальності особистості, одухотворити й об'єднати людей.

Можна скільки завгодно говорити про те, як правильно будувати систему бібліотечного обслуговування, можна добре знати його принципи, форми й методи, але нічого не вийде, якщо бібліотекар, який щодня спілкується з читачем, не любить людей.

Саме на цьому наполягає Г. Фонотов у книзі «Такий він, бібліотекар», що доводить: «До спілкування з читачами потрібно залучати найбільш кваліфікованих, ерудованих співробітників, досвідчених у книжковому світі, й на пізнанні людських душ, справжніх інтелектуалів» [9].

У наукових працях І. Осипової можна прослідкувати механізм соціального партнерства як ядро бібліотечної політики, яка повинна ґрунтуватися на комунікаціях із громадськістю, зі спеціалізацією в царині піару [15]. З погляду комунікатора, піар – це діалог, в основі якого полягає зворотний зв'язок з аудиторією. У зазначеному контексті бібліотечне спілкування розглядається як процес вияву діалогічності стосунків, характерних для всіх аспектів діяльності книгозбірень. А. Арнольдов вважає, що «проблема діалогу стає не просто пріоритетною, а необхідною глобальною стратегічною метою» але планетарне електронне спілкування не зможе повноцінно замінити сенс живого людського спілкування [16].

Слід підкреслити, що формування сприятливого іміджу бібліотеки має пов'язуватися з найвищим професіоналізмом, компетентністю й організаторськими здібностями співпрацівників, що дозволяють знайти свою нішу, визначити доцільність і незамінність даної професії в умовах сучасного суспільства. Це також стає внеском у підвищення соціального статусу бібліотек.

Соціальний статус як офіційна оцінка ролі бібліотекаря у суспільстві в усі часи був досить високим, на відміну від престижу, який визначає користувач. Ми маємо на увазі те, що на імідж істотно впливають стереотипи бі-

бліотечної професії, що формуються у людей на основі художніх образів, поданих у різних змістовних контекстах, які транслюються засобами мистецтва, особливо літературою, кінематографом. Засоби масової інформації частіше подають негативний образ бібліотекаря (невизначна зовнішність, волосся, прибране в пучок, – тиха, й часом навіть забита жінка) – проблеми у сім'ї, або невдала кар'єра. Такі цінності, як духовність, служіння людству, безкорисливість – розглядаються як дивацтво. Все це у сукупності з недостатньою економічною підтримкою бібліотек з боку держави призводить до низької оцінки статусу професії.

Імідж бібліотекаря – це імідж сучасної ділової людини, що володіє знаннями, вміннями, навичками, які дозволяють їй швидко, чітко та професійно виконувати задані функції, забезпечувати комфорт при отриманні читачем усього спектру бібліотечних послуг. До професіоналізму, діловитості та всебічної поваги до читача, можна додати ще одне поняття – краса. На думку Г. Алтухової, бібліотекар – це красива внутрішньо і зовні людина, яка має працювати в умовах підвищеної комфортності та естетичного середовища [17]. Таким чином, творча діяльність дозволяє знайти професійно-особистісну нішу кожного члена колективу, інтегруючи співробітників у цілісну спільноту під назвою бібліотека, де кожен несе відповідальність за створення її позитивного образу. Чим ясніше бібліотекарі будуть усвідомлювати важливість своєї місії, тим з більшою переконаністю вони зможуть вибудовувати позитивний образ своєї книгарні [7].

Сучасна бібліотека є комунікаційним, науково-інформаційним центром, що потребує нової генерації висококваліфікованих кадрів, комунікаторів-консультантів, які б могли вільно оперувати інформаційними ресурсами, володіти програмами автоматизації та комп'ютеризації електронних бібліотек, зведених каталогів корпоративних бібліотечних мереж, служб віртуального бібліотечного обслуговування – все це потребує професіоналізму та компетентності бібліотекарів, вимагає динамізму, індивідуальності, швидкої

адаптації фахівців до сучасних вимог професійної діяльності.

Тобто, сьогодні нам потрібен новий тип бібліотечно-інформаційного фахівця – досвідчена, творча, товариська, креативна особистість, сконцентрована на потребах користувача, але академічно нейтральна, особистість, яка здатна мислити як учений, бути дослідником-експериментатором, здатна надати реальну допомогу в процесах обміну знаннями в інформаційно-комунікаційному середовищі і при цьому бути носієм гуманістичного світогляду. Саме такий фахівець, як стверджує Тетяна Колесникова, «реалізує концепцію глибокої інтелектуалізації бібліотечної професії – формування «зони позитиву» як толерантного культурологічного середовища для дискусій, обміну думками, творчими доробками в будь-якій галузі (науці, мистецтві, літературі, техніці), «аптеки душі»; збільшенні можливостей їхньої творчої самореалізації у професійній сфері»[3].

Іміджеві чинники бібліотечної діяльності та її відображення у бібліотечній політиці повинні бути довгостроковими та прогнозованими, спрямованими на формування громадської думки, створення, передачу та засвоєння культурного досвіду традицій, що тим самим збільшують і збагачують можливість надання якісних інформаційних послуг населенню. Нам необхідно ефективно та планомірно організувати широкі рекламні акції для того, щоб стимулювати поведінку споживачів, поширювати сферу партнерства. Відповідно це має створювати необхідні стимули сприяння пошуку нових форм взаємодії з читачами, викликати емоційно-психологічний вплив на зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності бібліотек. Ми впевнені, що якісно та цікаво організовані культурно-дозвілліві програми можуть гармонійно вплинути на розвиток інтелектуального і духовного потенціалу населення, справити позитивне враження й тим

самим сформувати престиж і статус сучасних бібліотечних установ.

Ураховуючи все вищевикладене, можна дійти висновку, що найбільш продуктивний і перспективний шлях до створення привабливого іміджу сучасних бібліотек полягає в забезпеченні престижу успішності культурно-просвітницького закладу в конкурентному оточенні за рахунок гуманістичного наповнення змісту всієї соціокультурної діяльності бібліотек як соціально-комунікаційних центрів, де важливу роль відіграють професіоналізм і компетентність бібліотекаря, його вміння щодо формування гуманних взаємовідносин у колективі.

Одним з основних предметів діяльності бібліотек стають гуманістичні цінності та ідеали, що продукуються суспільством. Бібліотеки займають позиції одного з головних посередників у комунікаційній сфері суспільства, що поширюють гуманістичні цінності, наповнюють гуманістичним сенсом усю систему бібліотечного сервісу. Гуманістична орієнтація бібліотек впливає на внутрішню професійну взаємодію бібліотечних фахівців і на всі напрями бібліотечної роботи. Основна увага в реалізації гуманістичного іміджу бібліотек має приділятися таким аспектам: поширенню інформації про діяльність бібліотеки; забезпеченню умов для ефективного керівництва та професійної діяльності бібліотекарів – формування життєвого оптимізму та щирої віри в соціальну справедливість за підтримки державної політики; прийняття за основу своєї діяльності гуманістичних цінностей, що залучаються до розкриття змісту документальних потоків, їхнє відображення в тематиці масової, групової та індивідуальної роботи бібліотек; внесення гуманістичних принципів, цінностей та ідеалів у повсякденну практику свого професійного життя, у процесах взаємодії між колегами та партнерами.

### Використані джерела

1. Кашкарьова О. В. Реклама як комунікативна система сучасної бібліотеки : дис. ... канд. пед. наук / О.В. Кашкарьова // Київський держ. ун-т культури і мистецтв. – К., 1997. – 205 с.
2. Ильганаева В.А. Гармонизация культурной среды в условиях информатизации общества / В.А. Ильганаева. – Х., 1999. – 34с.
3. Колесникова Т.О. Впровадження інноваційної моделі бібліотеки університету як чинник глибокої інтелектуалізації бібліотечної професії / Т.О. Колесникова // Вісник Книжкової палати, 2013. – № 2.
4. Сафиуллина З.А. Информация: ценность и оценка : науч.-практ. пособие / З.А. Сафиуллина. – М. : Изд-во «ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ», 2006. – 223 с.
5. Матвеев М.Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен : автореф. ... д-ра пед. наук / М.Ю. Матвеев. – СПб., 2009. – 38 с.
6. Равинский Д. Проблема имиджа. Чем интересен для нас американский опыт? / Д. Равинский // Библиотечное дело. – 2003. – № 1. – С. 22 – 25.
7. Егорова Е.С. Библиотечная имиджелогия как профессиональная Культура: от информации к знанию / Е.С. Егорова ; сост. Л.Н. Тихонова. – М., 2003. – С. 78 – 81.
8. Езова С.А. Коммуникативная составляющая имиджа библиотекаря, библиотеки / С.А. Езова // НТБ. – 2007. – № 4. – С. 15 – 20.
9. Фонотов Г.П. Такий він, бібліотекар: попул. бесіда у формі діалогу для бібліотекарів і не тільки ... / Г.П. Фонотов. – М. : Либерея, 1997. – 176 с.
10. Соколов А.В. Библиотечный авангард информационного общества / А.В. Соколов // Науч. и техн. библиотеки. – 2012. – № 2. – С. 51 – 59.
11. Леонов В.П. Пространство библиотеки. Библиотечная симфония / В.П. Леонов. – М. : Наука, 2003. – 123 с.
12. Кормишина Г.М. Имиджевые коммуникации библиотеки / Г.М. Кормишина // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2009. – № 6. – С. 222 – 226.
13. Борисова О.О. Реклама в библиотеке : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова. – М. : Либерея, 2005. – 214 с.
14. Матлина С.Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама : практ. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. / С.Г. Матлина. – М. : Либерея, 2000. – 127 с.
15. Осипова И.П. Социальное партнерство как один из механизмов реализации библиотечной политики: опыт и проблемы / И.П. Осипова ; Рос. гос. б-ка // Библиотечное дело – XXI век : научн.-практ. сб. Вып. 2 (10). – М., 2005. – С. 6 – 25.
16. Арнольдов А.И. Диалог – веление времени / А.И. Арнольдов // Диалог культур – веление времени : Междунар. конф. – М. : Информациология, 2005. – С. 5 – 14.
17. Алтухова Г.А. Основы библиотечного имиджа : учеб.-метод. пособие / Г.А. Алтухова. – М. : Литера, 2008. – 224 с.