

Bibliotēku reputācija: globālās tendences, atpazīstamība, veiksmes stāsti, risku kontrole

**Latvijas bibliotekāru 9.vasaras
mācībseminārs**

**2007.gada 7.-9.augusts, Kandavas *Plosti*
*Anna Mauliņa***

KAS IR REPUTĀCIJA?

- 70 – 80% no bibliotēkas vērtības sabiedrības skatījumā nosaka nemateriālie aktīvi – zīmols, reputācija, inovatīvi risinājumi
- Reputācija: divas puses -- viss, kas var celt prestižu, viss, kas var kaitēt. **Novēršami visi draudi, kamēr nav sākusies krīze**
- Par reputāciju jācīnās: praksē visbiežāk bibliotēkas vicinās ar kulakiem jau pēc kaujas

Reputāciju apdraudošie faktori

- **3 LIKTENĪGIE FAKTORI:**

- 1. bibliotēkas tēla atbilstība patiesajai situācijai
- 2. plaša starp vēlamo un realitāti
- 3. starpnodaļu koordinācija un nodaļu lēmumi

- **SABIEDRĪBAS PRIEKŠSTATU MAIŅA**

- pierastās darba metodes kļūst pārāk smagnējas un neefektīvas, dažkārt pat aizdomīgas no ētikas viedokļa
- Lasītāju *gaidīšanas svētki* beigušies

Sakramentālais jautājums: kas bibliotēkā analizē reputāciju riskus?

84% -- ģenerāldirektors, tātad -- neviens

BIBLIOTĒKAS ZĪMOLS

- Labs zīmols: ja tas pēkšņi pazustu, cilvēkiem tā pietrūktu. Tam parasti nav analoga
- PR joprojām ir komunikēšanas, klausīšanās un attiecību veidošanas ar dažādām auditorijām process, ar mērķi attīstīt organizācijas tēlu
- **Melnais PR, dezinformācija un krīzes**
- **Kas ir nepieciešams Amerikai, lai tā pozicionētos pareizi?**

Viss sākas ar ideju

1. Jo mazāk naudas, jo ģeniālākai jābūt idejai
2. funkcionālais, sociālais, mentālais un dvēseliskais līmenis
3. Sava FILOSOFIJA
4. sākumā jābūt idejām, kuras izteiktas spontāni un bez sistēmas
5. divi ceļi, kā veidot spēcīgu zīmolu: **KAM DAUDZ NAUDAS, DAUDŽ PRĀTA NEVAJAG, IDEJA NOSAKA VISU, BEZ IDEJAS NEVAR NEKO**
6. Nokia – *Connecting People*
7. LNB – *Bibliotēka ikvienam*

Public Relations – mirusi nozare

1. Vai piekrītat?
2. **zīmoli ir mākslīgs veidojums, lai cilvēki maksātu vairāk**
3. **Reklāma kaitina aizvien vairāk** (kāpēc nekaitina CNN reklāma?)
4. Prasība pēc ekspertiem strīdos un krīzēs
5. sociālos mediju speciālistiem -- *blogu, podkastu, YouTube, MySpace*

Inovācijas zinātnē

Latvijā – 19% uzņēmēju

Eiropas Savienībā – 45%

Somijā uz 1 miljonu iedz. – 400
disertācijas

Latvijā -- 50

Inovāciju teorijas nepilnības

1. Pētījumi: marketinga, popularitātes rangi
- 2. Reputācijas pētījumi**
3. Paradokss: ārēji spožs, bet iekšienē ir puve
4. Reputācija ir tas, ko runā aiz muguras
5. Bibliotēkas reputācija: pakalpojumu kvalitāte

MĪTI UN BAUMAS

1. Reputācijas zuduma novēršana
2. Prasme vadīt baumas
3. **Labvēlīgas gaisotnes veidošana**
4. **Vajadzīgo baumu izplatīšanas veidi**
5. **Vājā personāla informētība (par algām, nākotni, izmaiņām stratēģijā)**
6. **Vadībai ar darbiniekiem jātiekas vismaz reizi ceturksnī**

Reputācijas vērtējums

1. Masu mēdiji / prese / minēšanas indeksi / publikācijas par bibliotēku
- 2. Lasītāju pētījumi / vērtējumi**
- 3. Augstākstāvošo institūciju viedokļi**
- 4. Fokusaptaujas**

Reputācijas vērtējums

(Media Tenor Institute for Media Analysis pētījums)

1. Publicitātes nepārtrauktība: vienmēr fokusā
 2. Pazīstamības sliekšnis: 20% materiālu vadošajos masu medijos pozitīvi, ne vairāk kā 10% - negatīvi, pārējie – neitrāli
-
1. **Jebkura, pat niecīgākā nepatīkamā ziņa, var sagraut bibliotēkas reputāciju**
 2. **Sadarbība ar masu mēdiem: katrai bibliotēkai savu žurnālistu!**

Reputācijas risku vadība *(Harvard Business Review)*

1. Reputācijas patiesais vērtējums
2. **Bibliotēkas vadības aplamais priekšstats par savu reputāciju**
3. **Vārdu un darbu nesaskaņotības likvidēšana**
4. **Sabiedrisko organizāciju monitorings**
5. **Atbildīgā par reputāciju noteikšana**

KRĪZES SITUĀCIJA

- 1. Vadi savu komandu tā, kā pats vēlētos tikt vadīts**
- 2. Neprasme ieklausīties un nevēlēšanās saprast otras puses**
- 3. izturies pret citiem tā, kā viņi to vēlas**
- 4. Runā tā, lai pašam būtu interesanti un noderīgi klausīties**
- 5. Iekšējā komunikācija: darbinieku un vadības attiecības, darbinieku savstarpējās attiecības, vadītāju savstarpējās attiecības**



Paldies par uzmanību!

anna.maulina@lnb.lv