РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ БИБЛИОТЕКА

2026

Бренд сотрудника vs. Бренд библиотеки: Синергия или конфликт интересов?

Как превратить личные амбиции в главный актив учреждения

Дарья Хохлова

директор по социокультурным проектам РГБ,
пресс-секретарь президента РБА

Эпоха «Человека», а не «Институции»

Люди верят людям, а не фасадам.

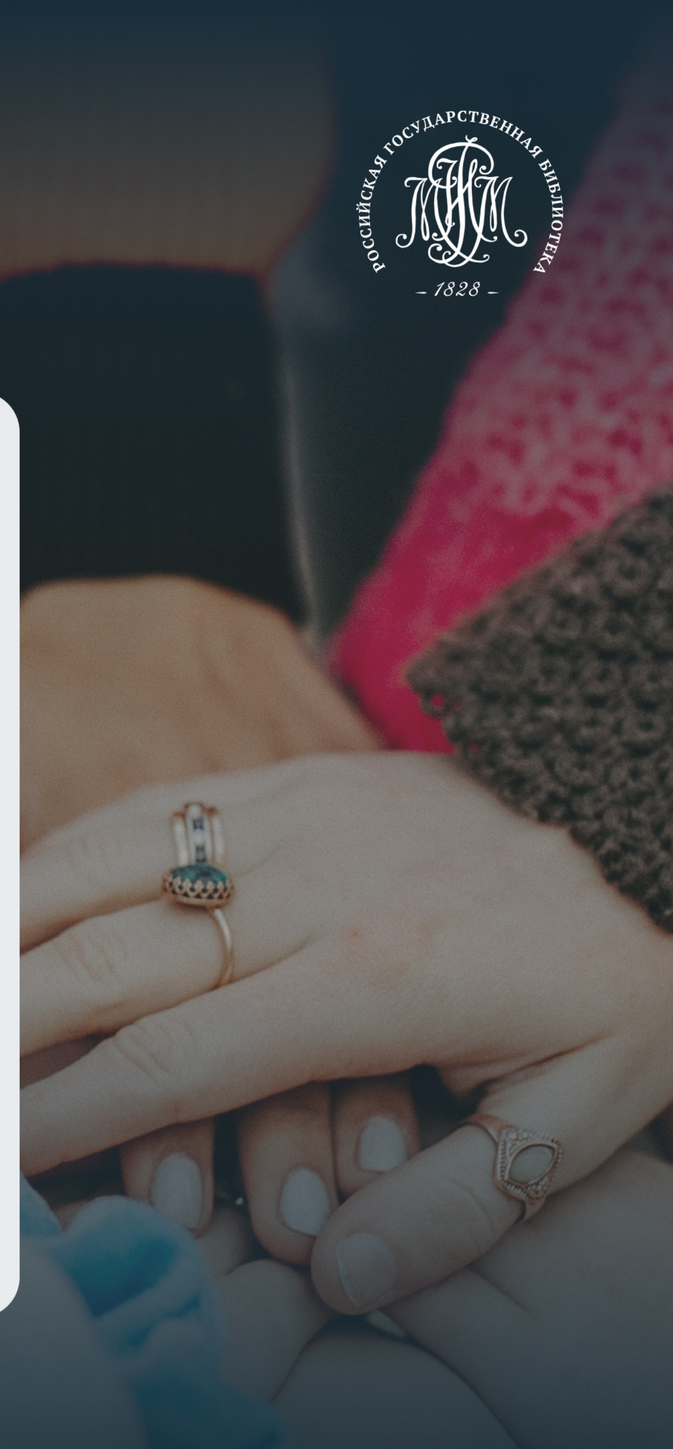
92%

потребителей доверяют рекомендациям людей больше, чем рекламе»

- **Источник:**
  Исследования международной аналитической компании Nielsen (Nielsen Global Trust in Advertising)

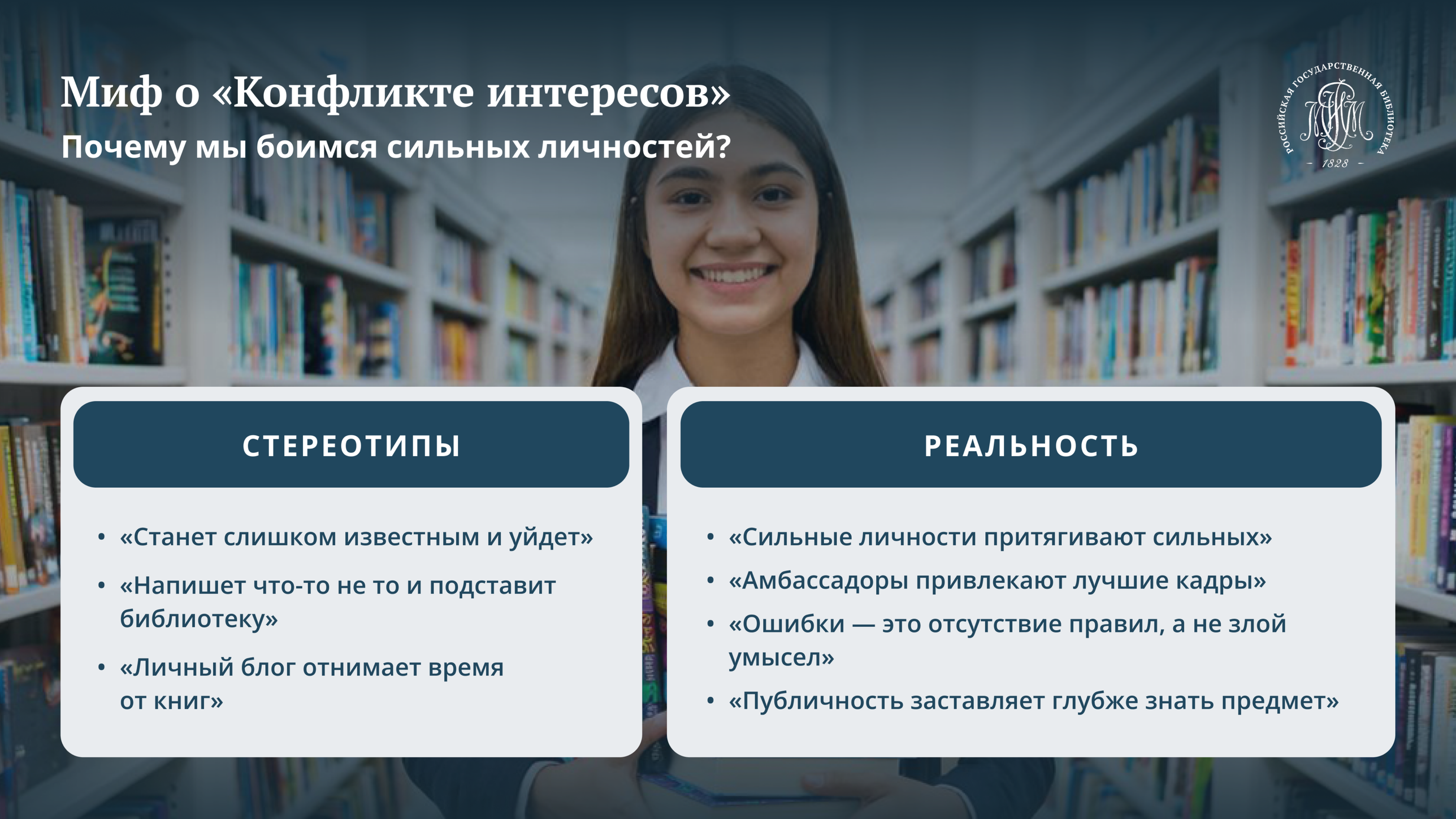
Почему это работает:

- **Социальное доказательство:**
  Мнение реального человека воспринимается как бескорыстное и честное
- **Снижение рисков:**
  Покупатель боится ошибиться с выбором и перекладывает часть ответственности на опыт тех, кому доверяет
- **Усталость от рекламы:**
  Баннерная слепота и перенасыщение прямыми продающими сообщениями снижают эффективность классических рекламных каналов



Миф о «Конфликте интересов»

Почему мы боимся сильных личностей?



СТЕРЕОТИПЫ

- «Станет слишком известным и уйдет»
- «Напишет что-то не то и подставит библиотеку»
- «Личный блог отнимает время от книг»

РЕАЛЬНОСТЬ

- «Сильные личности притягивают сильных»
- «Амбассадоры привлекают лучшие кадры»
- «Ошибки — это отсутствие правил, а не злой умысел»
- «Публичность заставляет глубже знать предмет»

Анатомия Синергии

Эффект амбассадора

БИБЛИОТЕКА ДАЕТ:

- Статус
- Доступ к уникальным фондам
- Фактуру
- Защиту

СОТРУДНИК ДАЕТ:

- Личную сеть контактов
- Живой язык
- Эмоциональную привязанность аудитории

РЕЗУЛЬТАТ

Библиотека воспринимается не как «хранилище», а как «центр компетенций и смыслов»

Зоны риска: Где проходит «Красная линия»?

Когда бренд сотрудника вредит бренду библиотеки?

Типичные ошибки:

1

«Токсичная искренность»:

публичные жалобы на читателей или условия труда

2

Визуальный диссонанс:

фото с конференции в библиотеке рядом с фото из ночного клуба в одном профиле

(нарушение Tone of Voice)

3

Экспертиза вне компетенций:

когда библиотекарь начинает давать советы по медицине или политике, роняя авторитет учреждения

Инструментарий: «Кодекс публичной коммуникации»

От запретов к правилам игры

Что должно быть в регламенте:

1

Красные линии (Табу):

Гостайна, персональные данные, прямые оскорбления

2

Серая зона: Как критиковать?

(Правило: «Критикуй процесс в курилке, предлагай решение — в блоге»)

3

Зона поддержки: Помощь PR-отдела

(редактура, доступ к фотобанку, верификация статуса «Эксперт РГБ»)

Мотивация: Зачем это сотруднику?

Что получает специалист, кроме «хорошего настроения»?



1

Капитализация:

Личный бренд = рыночная стоимость. Вас хантят, вас приглашают спикером

2

Защита:

Сильный личный бренд — «броня» при сокращениях или конфликтах

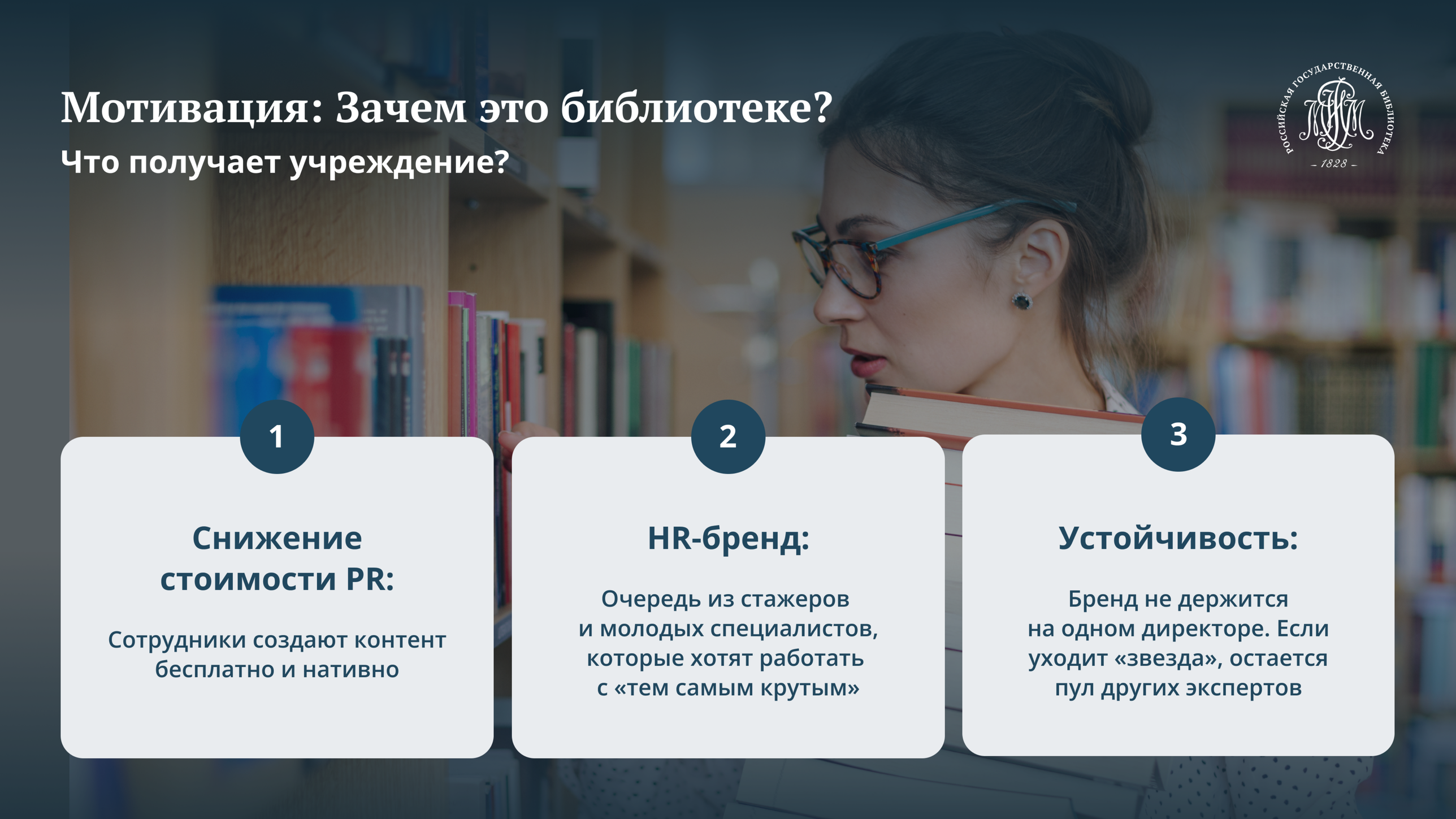
3

Ресурсы:

Доступ к уникальной информации библиотеки для своих проектов

Мотивация: Зачем это библиотеке?

Что получает учреждение?



1

Снижение стоимости PR:

Сотрудники создают контент бесплатно и нативно

2

HR-бренд:

Очередь из стажеров и молодых специалистов, которые хотят работать с «тем самым крутым»

3

Устойчивость:

Бренд не держится на одном директоре. Если уходит «звезда», остается пул других экспертов

Дорожная карта: 3 шага к старту

С чего начать завтра?



Аудит:

Найти «естественных амбассадоров»

(кто уже пишет, выступает, снимает)

Соглашение:

Обсудить «Правила 3-х зон»

(Красная/Серая/Зеленая)

Ресурс:

Выделить 2 часа в неделю в KPI на публичную активность

Практическая часть

Анатомия конфликтов

📚 **От блога к гранту: как экспертиза меняет реальность**

Друзья, сегодня у нашей библиотеки особенный день!

Когда я 5 лет назад начинал вести этот блог, рассказывая о забытых страницах нашего краеведения и редких фолиантах из запасников, я просто хотел, чтобы эти сокровища увидели свет.

Ваша поддержка, репосты и живой интерес не прошли даром. Наше исследование «Типографика уездных газет XIX века» привлекло внимание фонда культурных инициатив. Мы подписали соглашение о гранте! 💰

Что это значит для нас:
🖨️ Оцифровка 500 уникальных региональных изданий.
📦 Создание современной реставрационной лаборатории.
🤝 Партнерство с издательством «Книжные сады» для выпуска репринтов.

Спасибо, что вы с нами. История любит тех, кто о ней говорит.

#Библиотека #Краеведение #Гранты #Культура #РедкиеИздания

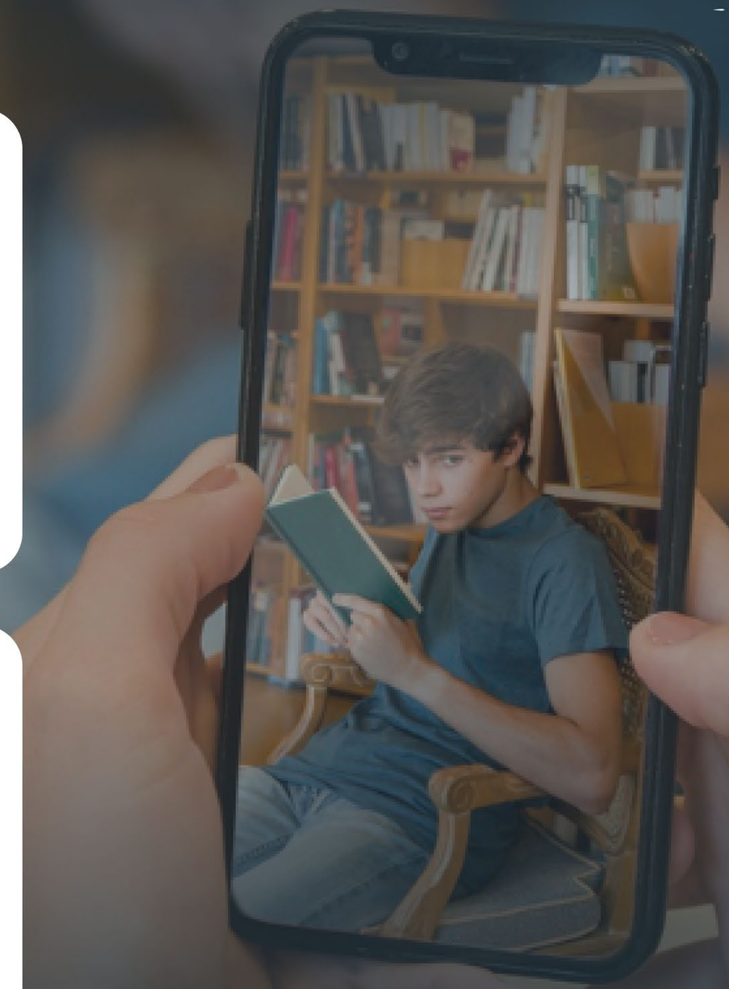
13:39

Сижу в этом храме культуры. Храм больше похож на вокзал в час пик. Приперлась компания подростков, ржут, снимают тиктоки прямо в читальном зале. На замечание ответили, что "это общественное место, че хотим, то и делаем". А руководство только отчеты требует. Книги пылятся, никому не нужны. Зачем я вообще 5 лет в институте училась? #библиотекарь #ненавижуработу

13:48

Моя последняя смена в этих стенах подошла к концу. Спасибо читателям за семь лет доверия. К сожалению, когда твой личный бренд становится слишком большим для штатного расписания, а потолок зарплат упирается в должностную инструкцию, приходится выбирать развитие. Меня ждут новые горизонты в независимом лектории. До встречи на моих открытых лекциях в городе.

13:46



Анатомия конфликта

Разбор кейсов

1

Синергия: кейс «Личный бренд как актив»

- **Анализ:** Здесь личный бренд работает на организацию
- **Риски:** Отсутствие четких договоренностей о том, что контент создается в рабочее время или от имени организации, может привести к спорам о правах на интеллектуальную собственность
- **Решение:** Закрепление в трудовом договоре пункта об использовании результатов интеллектуальной деятельности и официальное признание вклада сотрудника через систему поощрений

2

Конфликт: кейс «Токсичная искренность»

- **Анализ:** Это классический репутационный ущерб
- **Последствия:** Снижение посещаемости, потеря доверия общества, дисциплинарное взыскание для автора поста
- **Решение:** Внедрение политики корпоративной этики в социальных сетях, проведение тренингов по цифровой грамотности и публичным коммуникациям

3

Серая зона: кейс «Звезда уходит»

- **Анализ:** Организация теряет ключевой актив и аудиторию, которая следовала за конкретным человеком
- **Дилемма:** Как удержать звезду?
- **Стратегии управления:**
  - «Привязка»
  - Совместные проекты
  - Планирование преемственности

Детектор рисков

Задача: определить, какой пост несет риск, какой — пользу, а какой — нейтральный, и аргументировать почему

Пост 1

«Коллеги, только что из курилки. Директор снова урезал бюджет на новые поступления, зато премию себе выписал. Говорят, в следующем квартале вообще закупки книг заморозят. Как работать в таких условиях?»

#библиотека #бюрократия #безысходность»

Пост 2

«Сегодня к нам в зал редких книг пришли школьники из 7„Б“. Думал, будут зевать, а они как набросились на старинные карты! Один мальчик полчаса не мог отойти от атласа Сибири XVII века. Ради таких моментов и стоит работать.»

#люблюкниги #детиикниги #библиотека

Пост 3

«Уважаемые читатели! Напоминаем, что 15 октября в 18:00 состоится лекция „Цифровой след: как защитить свои данные“. Вход свободный, регистрация по ссылке в профиле. Также продлевается акция „Сдай старую книгу — получи закладку“».

Шаблон для анализа: Пост → Статус: (Риск / Польза / Нейтральный) → Аргументация: ...

Анализ постов детектора рисков

Пост 1

Статус: ● риск

Аргументация:

- Нарушение корпоративной этики
- Негативная тональность
- Репутационный ущерб

Пост 2

Статус: ● польза

Аргументация:

- Эмоциональная вовлеченность
- Популяризация фондов
- Работа с молодежью

Пост 3

Статус: ● нейтральный (информационный)

Аргументация:

- Функциональность
- Польза для читателя
- Отсутствие рисков

Архитектура правил

Кодекс амбассадора

Группа 1

«Красные линии»:
(Безопасность)

Что недопустимо никогда?

- **Задача:** защитить библиотеку от юридических и репутационных катастроф.
- **Результат: 5-7 абсолютных табу**

Группа 2

«Серая зона»:
(Конструктив)

Как критиковать процессы?

- **Задача:** дать легальный выход пару, чтобы он не взорвался в публичном поле.
- **Результат: алгоритм «проблема – официальный канал – решение»**

Группа 3

«Зона синергии»:
(Развитие)

Как библиотека помогает?

- **Задача:** показать выгоду для сотрудника
- **Результат: пакет «Привилегии эксперта»**

Кодекс амбассадора



1

Преамбула:

«Мы доверяем вам, потому что вы — лицо библиотеки»

2

Вставка блока

«Красные линии»:

(Коротко, списком)

3

Вставка блока

«Серая зона»:

(Правила конструктивной критики)

4

Вставка блока

«Зона синергии»:

(Что получает сотрудник)

5

Контакты:

Куда писать, если сомневаешься (PR-ответственный)



Ваш личный бренд —

это самый ценный актив библиотеки