

The background of the cover is a light blue, semi-transparent image of a modern library. It features a large world map on the wall, curved bookshelves, and a person sitting at a desk reading. The overall aesthetic is clean and technological.

«ИМИДЖ БИБЛИОТЕК И БИБЛИОТЕКАРЕЙ: КАК ИЗМЕНИТЬ СТЕРЕОТИПЫ»

*Материалы межрегионального
круглого стола*

*Брянск
2021*

Российская библиотечная ассоциация
Секция центральных библиотек субъектов
Российской Федерации
ГБУК «Брянская областная научная универсальная
библиотека им. Ф.И. Тютчева»

**«ИМИДЖ БИБЛИОТЕК
И БИБЛИОТЕКАРЕЙ:
КАК ИЗМЕНИТЬ
СТЕРЕОТИПЫ»**

*Материалы
межрегионального круглого стола*

(г. Брянск, 25 февраля 2021 г.)

Брянск
2021

ББК 78.38
УДК 023
И52

Редколлегия: Кукатова Г.И., Кожанова Н.И., Шашера В.В.
Ответственная за выпуск Кукатова Г.И.
Компьютерная верстка В.Е. Щедровой

Имидж библиотек и библиотекарей: как изменить стереотипы:
И52 материалы межрегионального круглого стола, (г. Брянск, 25 февр. 2021 г.)
/ Брян. обл. науч. универс. б-ка им. Ф.И. Тютчева. – Брянск, 2021. –
126 с.: ил.

ББК 78.38

ISBN 978-5-6046431-6-7

Тексты приводятся в авторской редакции.

© Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева, 2021

Вступление

25 февраля 2021 г. в Брянской областной научной универсальной библиотеке им. Ф.И. Тютчева в рамках Секции центральных библиотек субъектов РФ Российской библиотечной ассоциации в режиме онлайн состоялся межрегиональный круглый стол «Имидж библиотек и библиотекарей: как изменить стереотипы».

Всего подключились 90 участников из 33 регионов РФ, г. Гомеля, г. Донецка, г. Луганска. Всего было заслушано 11 выступлений, 18 выступлений представлено в заочной форме (видео, статья).

В выступлениях участников рассматривался имидж как социокультурный феномен, принципы построения внешнего имиджа библиотеки как социального института, роль библиотекаря в формировании положительного имиджа библиотеки в информационном пространстве региона, социальные сети как средство создания позитивного имиджа и др.

Были представлены результаты прикладных исследований внешнего и внутреннего имиджа библиотеки, вопросы библиотечного маркетинга, творческие находки практической деятельности в плане формирования положительного имиджа библиотеки.

Материалы круглого стола представлены на официальном сайте Брянской областной научной универсальной библиотеки им. Ф.И. Тютчева <https://libryansk.ru/library-news/view/28416/>.

**Имидж Брянской областной научной
универсальной библиотеки им. Ф.И. Тютчева
глазами читателей: результаты исследования**

У каждого учреждения есть свой имидж. Если над ним не работать, то он будет формироваться стихийно, процесс может стать неуправляемым. Есть шанс, что об учреждении сложится хорошее впечатление. Но есть и вероятность формирования негативного имиджа учреждения, поэтому пускать процесс на самотек было бы неправильно. С учетом сегодняшней ситуации неоднозначного отношения к библиотеке необходим постоянный анализ и исследование своей деятельности.

Для того чтобы повлиять на имидж, нам нужна опорная точка – мнение пользователей, реальных и потенциальных. Поэтому мы начали изучать мнение посетителей библиотеки в рамках прикладного исследования «Имидж как фактор развития библиотеки» (период исследования – 2019-2020 гг.).

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что имидж является фактором, влияющим на конкурентоспособность библиотеки среди субъектов информационной среды и учреждений культуры.

Объектом исследования была определена центральная региональная библиотека субъекта РФ как социальный институт (в частности, Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева), предметом исследования – внешний имидж Брянской областной научной универсальной библиотеки им. Ф.И. Тютчева.

При этом имеется в виду, что имидж – явление динамическое и может меняться под воздействием обстоятельств, новой информации, в результате продолжительных контактов. Имидж – явление многогранное, многоаспект-

ное.

В ходе нашего исследования имидж библиотеки предлагалось понимать как образ, определяемый отношением социума к библиотеке, ее услугам и ресурсам, и представление о ней, формируемое в течение, как правило, продолжительного времени в результате деятельности коллектива.

Центральная библиотека региона как активный субъект социума все больше ориентируется на участие в общесоциальных, культурных процессах. Мы считаем, что определяющим условием успешного развития центральной региональной библиотеки в современных условиях является ее иницирующая роль в формировании единого информационного пространства региона.

Однако мы наблюдаем, что с каждым годом возрастает конкуренция между организациями и учреждениями одной отрасли, между организациями, расположенными в одном городе. Идея о связи имиджа организаций с их конкурентоспособностью не является новой. Исследования свидетельствуют, что главной функцией имиджа является формирование положительного отношения к кому-либо или чему-либо. Если положительное отношение сформировано, то за ним как результат влияния социальных связей обязательно последует доверие и, в свою очередь, высокие оценки и уверенный выбор [1, с. 55].

Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информационной деятельности, в определении своего места среди конкурентов и для укрепления своих позиций.

Гипотеза исследования: формирование положительного имиджа библиотеки является необходимым условием поддержания ее конкурентоспособности среди других субъектов социокультурной среды региона.

Обеспечение устойчивого уровня качества работ и услуг можно рассматривать как начало формирования собственного положительного имиджа организации [2, с. 90].

Приведем краткие результаты исследования.

Оценивался внешний имидж библиотеки, т.е. мнение реальных, потенциальных пользователей и сторонних лиц, которые непосредственно не являются и не являлись потребителями услуг библиотеки.

В опросе приняли участие 453 человека, что обеспечивает погрешность результатов $\pm 5\%$. Из них 84,3% – читатели/пользователи библиотеки; 13,2% не являются пользователями. Выборка случайная.

Среди респондентов женщин – 62,0%, мужчин – 38,0%.

Распределение респондентов по возрастным группам:

- 14-20 лет – **10,2%**;
- 21-35 лет – **29,1%**;
- 36-40 лет – **20,5%**;
- 41-60 лет – **27,0%**;
- старше 60 лет – **13,0%**.

Наиболее активные участники анкетирования – молодежь в возрасте 21-35 лет и люди – 41-60 лет, соответственно 29% и 27% от общего числа респондентов.

Образование респондентов:

- неполное среднее – **2,0%**;
- среднее – **9,5%**;
- среднее специальное – **20,7%**;
- высшее – **66,7%**.

Основная группа, **66,7%** респондентов, с высшим образованием, **20,7%** – со средним специальным.

Анализ нескольких технологий формирования имиджа, разработанных различными авторами, дает основание считать, что алгоритм создания имиджа организации может включать:

- выявление у социальных групп, заинтересованных в предоставлении работ и услуг организации, сложившихся представлений о ней;

- выявление актуальных предпочтений и ожиданий пользователей.

Чтобы ответить на вышеуказанные позиции, анкету мы начали с вопроса «Какое из учреждений культуры нашего города Вы посещаете чаще всего?»

Популярность библиотеки среди других учреждений культуры города достаточно высока, что подтверждается ответами респондентов. Даже с учетом 5% погрешности библиотека лидирует среди учреждений культуры.

- Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева – **63,8%**;

- Брянский театр драмы им. А.К. Толстого – **36,6%**;

- Брянская областная филармония – **21,4%**;

- Брянский областной художественный музейно-выставочный центр – **13,5%**;

- Брянский государственный краеведческий музей – **12,4%**;

- Брянский областной театр юного зрителя – **5,5%**;

- Брянский областной театр кукол – **2%**;

- другое (уточните, пожалуйста) – **2,6%**.

Респонденты получают информацию о библиотеке и о событиях, происходящих в библиотеке, из различных источников, где самыми популярными оказались:

- официальный сайт библиотеки – 35,5%;

- информация от друзей и знакомых – 31,8%;

- социальные сети – 28,0%;

- анонс на мероприятиях, проводимых самой библиотекой – 24,7%;

- информация в СМИ – 20,8%;

- другое (уточните, пожалуйста) – 2,0%.

Таким образом, оказалось, что самыми популярными источниками информации являются официальный сайт

библиотеки, представительство библиотеки в социальных сетях и ее пользователи, транслирующие информацию о библиотеке среди друзей и знакомых. В привязке к имиджу я бы назвала источник «от друзей и знакомых» самым значительным для нас.

Для каждой группы респондентов значимость источников, из которых они узнают о библиотеке, практически одинакова: на первом месте – официальный сайт, далее – друзья и знакомые, социальные сети и др. Однако исследование позволило сделать вывод о том, что люди молодого и зрелого возраста (до 40 лет) интенсивнее пользуются Интернетом как источником информации, чем респонденты более старшего возраста. Респонденты старшего возраста больше внимания уделяют получению информации из СМИ и непосредственно при посещении библиотеки.

На вопрос «Лично для Вас библиотека – это...?» были получены следующие ответы (*некоторые респонденты отмечали 2-3 позиции*):

- современный информационный центр – **47,0%**;
- место проведения досуга – **34,2%**;
- альтернативный образовательный центр – **26,5%**;
- центр межличностного общения – **26,0%**;
- непривлекательное, скучное заведение – **0,9%**;
- другое (уточните, пожалуйста) – **1,5%**.

«Способ саморазвития и дополнительного заработка»

«Возможность взять нужную книгу»

«Место музыкальных встреч»

«Центр получения знаний»

«Когда очень нужно»

«Место встречи с единомышленниками»

Судя по ответам, для большинства респондентов (47%) библиотека все-таки остается местом получения информации и знаний, то есть «деловой» спрос на информацию является основным мотивом обращения в библиотеку.

34,2% респондентов считают её местом проведения досуга, от библиотекаря зависит содержательное наполнение досуговых мероприятий, создание комфортных условий для общения пользователей. Особого внимания, с нашей точки зрения, требует развитие библиотеки как альтернативного образовательного центра (ресурсная составляющая, трансляция знаний, развитие партнерских отношений).

Конечно же, стоит обратить внимание и на кажущийся невысоким, но очень важный ответ «библиотека – непривлекательное, скучное заведение» – почти 1%!

Важную роль в процессе развития творческой самореализации личности респонденты отводят клубам по интересам и любительским объединениям при библиотеке. Результатами анкетирования была подтверждена высокая востребованность практически всех действующих у нас объединений по интересам.

-Кружки иностранных языков отмечают **30,2%** респондентов.

-Клуб «Диалог» (клуб любителей современной художественной литературы) – **24,5%**;

-Шахматный клуб – **19,0%**;

-Клуб «Садовод» – **17,4%**;

-Клуб «Дебряна» (клуб женского рукоделия) – **13,7%**;

-Другое (уточните, пожалуйста) – **3,5%**.

Сегодня в условиях ограничительных мер нам важно найти формат работы, обеспечивающий сохранение и развитие действующих объединений.

На вопрос «Посоветовали бы вы своим друзьям стать читателем/пользователем библиотеки?» утвердительно ответили **89,8%**, отрицательно ответили на вопрос **1,1%** респондентов, затруднились ответить на вопрос **4,4%**.

Можно предположить, что 4,4% респондентов, затруднившихся ответить на этот вопрос, не имеют о библиотеке достаточной информации.

По мнению респондентов, при оценке имиджа библиотеки как положительные моменты БОНУБ им Ф.И. Тютчева учитываются:

- профессионализм сотрудников – (22,1 + 72,4) – **94,5%**;
- удобный график работы – (24,5 + 67,8) – **92,3%**;
- авторитетность руководителя библиотеки – (18,1 + 73,5) – **91,6%**;
- удобство расположения библиотеки в центре города – (19,2 + 72) – **91,2%**;
- культура обслуживания – (21,2 + 70,0) – **91,2%**;
- внешний вид здания, являющегося объектом культурного наследия регионального значения, – (26,7 + 63,1) – **89,8%**;
- внешний вид сотрудников – (24,7 + 63,6) – **88,3%**;
- оперативность предоставления услуг – (28,3 + 58,3) – **86,6%**;
- репертуар услуг – (31,6 + 51,2) – **82,8%**;
- состояние, комфортность помещений – (32,9 + 47,8) – **80,7%**;
- техническая оснащенность – (27,0 + 40,0) – **67%**.

Анализ критериев демонстрирует высокие оценки профессионализма сотрудников, авторитет руководителя библиотеки, культуру обслуживания, удобный график работы, удобное расположение библиотеки в самом центре города (более 90% респондентов отмечают уровень как «выше среднего» и «высокий»).

По данным исследования, респонденты видят недостатки во внешнем виде здания областной библиотеки, являющегося памятником архитектуры регионального значения (7,7% оценивают его как «средний»). А состояние и комфортность помещений как «низкое» и «среднее» отмечают 17,7%, обращая внимание при этом на недостаток света, отсутствие лифта, устаревшую мебель и т.д.

Самая серьезная проблема по результатам опроса –

это «техническая оснащенность» библиотеки, 29,4% респондентов отмечают ее «низкий» и «средний» уровень.

Конечно, мы знаем эти проблемы и понимаем, что в большей степени их решение зависит от финансовой составляющей. Тем не менее решать эти проблемы нужно в ближайшее время, если мы не хотим потерять своих пользователей.

Вызывают тревогу и критерии оценки «репертуара услуг» и «оперативности их предоставления», соответственно 13,0% и 8,8% считают их «низким» или «средним». Думаю, что даже с учетом недостатка технической оснащенности мы можем изменить ситуацию в лучшую сторону, причем лица старше 60 лет более высоко, чем другие группы, оценивают уровень культуры обслуживания, а респонденты до 40 лет – репертуар услуг и оперативность их предоставления.

Всего **38,9%** респондентов решились ответить на вопрос «Идеальная библиотека в Вашем представлении (опишите, пожалуйста)».

Обобщенный ответ на этот вопрос звучит примерно так: *«Современное учреждение, хорошо технически оснащенное, в котором можно познакомиться с новой литературой и другими источниками информации, а также интересно и с пользой провести свободное время».*

Подробное рассмотрение каждого ответа на этот вопрос дает примерный план/перечень действий по совершенствованию и развитию библиотеки, доведению ее до «идеальной» в представлении наших пользователей.

Материально-техническая база (условия, влияющие на комфортность пребывания)

Современный ремонт (современное дизайнерское решение, яркие цвета декора), современная мебель, электронный указатель при входе, добавить освещение, современное техническое оснащение, WI-FI, лифт, автоматизация процессов обслуживания, обязательно наличие кафе

(кофемашин).

Информационные ресурсы

Новая современная литература по всем отраслям знаний, электронная библиотека.

Кадровый состав

Компетентные, вежливые, доброжелательные сотрудники. *«Больше молодых сотрудников должно быть».*

Содержание работы

Ориентация на различные социальные группы, расширение спектра услуг (к сожалению, без конкретизации), встречи с писателями и интересными людьми:

«Больше информационных и просветительских мероприятий, меньше художественной самодеятельности, если речь идет об областной научной библиотеке»;

«...встречи с интересными людьми, большое количество конкурсов, посвященных значимым событиям в жизни Брянска, области, России».

Самый близкий ответ для библиотечной души

«Там, где нет свободных мест».

Анализ проведенного анкетирования показывает, что библиотека сформировала положительный имидж в социокультурной среде региона, что, соответственно, обеспечивает ей достаточно высокий рейтинг среди учреждений культуры и некоторые конкурентные преимущества.

Таким образом, исследование подтвердило нашу начальную гипотезу.

Управление процессом поддержки, корректировки и обновления имиджа библиотеки должно быть постоянным. Формирование благоприятного имиджа – процесс более выгодный и менее трудоемкий, чем исправление стихийно сформировавшегося неблагоприятного образа. В этом процессе важен каждый фактор, который сказывается на общественном мнении. Если упустить хоть один момент, это может привести к потере доверия наших пользователей и неэффективности всей имиджевой политики в целом.

Результаты анкетирования будут использованы в дальнейшей работе по повышению качества библиотечно-информационного обслуживания и созданию более комфортных условий для работы читателей.

Список литературы

1. *Аликперов И.* Формирование имиджа учреждения: западный и российский варианты // *Международные отношения в развитии социально-экономических процессов в странах СНГ: материалы междунар. науч.-практ. конф. 14-15 июня 2008 г. Омск. Омск, 2008. 260 с.*
2. *Карпов Е.Б., Ардышева Е.А.* Имидж бюджетной организации // *PR- технологии. 2010. № 3. С. 90.*

Е.Г. Груздева

Профессиональные качества современного библиотекаря

*(из опыта работы отдела искусств ДРУНБ
им. Н.К. Крупской)*

XXI век – век высоких технологий, диктует коренные изменения во всех областях деятельности, включая и библиотечную, и в основном это касается обслуживания пользователей.

В современных реалиях, когда практически каждый желающий имеет возможность пользоваться многочисленными альтернативными источниками получения знаний и информации, библиотеки столкнулись со значительными трудностями в привлечении читателей. Чтобы быть сегодня востребованными, библиотекам необходимо постоянно изучать социальную среду, в которой приходится работать.

Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской стремится к постоянному развитию и самообновлению, к созданию и поддержанию положительного образа, в том числе и в средствах массовой информации. Формирование общественного мнения о библиотеке проявляется в утверждении ее положительной репутации, известности и популярности среди населения, активности при взаимодействии с общественностью, высоким уровнем и разнообразием библиотечных услуг.

Сотрудники отдела искусств ДРУНБ в процессе творческо-производственной деятельности предпринимают активные действия по формированию положительного имиджа библиотеки и ее престижа, паблисити (формирования известности, привлечения внимания).

Формирование положительного имиджа библиотеки и библиотекаря – первостепенная задача, требующая технических нововведений, расширения и обновления традиционных функций, освоения новых форм и способов обслуживания.

Особенность библиотечной профессии такова, что в ней многое зависит от инициативы, осведомленности и увлеченности самого сотрудника библиотеки [5].

Современный библиотекарь должен обладать мотивационно-творческой активностью, интеллектуально-логическими, коммуникативно-творческими способностями, нравственными, этическими качествами [12].

Именно эти качества преимущественно определяют имидж библиотекаря. От его способности вести диалог о книге, профессионализма и эрудиции зависит общественное мнение о библиотеке как учреждении, призванном удовлетворять разнообразные запросы пользователей.

Профессия библиотекаря уникальна и привлекательна тем, что сотрудник, по-настоящему увлеченный, углубляет свои знания и совершенствует профессиональные навыки на протяжении всей своей жизни.

Работа с читателями в отделах обслуживания требует не только знания библиотечных фондов, информационно-библиографических ресурсов, но и умения быстро находить контакт с читателями [5].

Современный библиотекарь должен хорошо разбираться в информационных технологиях, в аудио- и видеотехнике, владеть компьютерными программами.

С момента создания в 1958 году в ДРУНБ нотномызыкального отдела, преобразованного в 60-е годы в комплексный отдел искусств, профессия библиотекаря изменилась кардинальным образом.

Чтобы идти в ногу со временем, сотрудники отдела искусств постоянно учатся, стремятся совершенствовать свои навыки и умения.

Примечательно, что все работники отдела имеют высшее специальное образование и регулярно проходят курсы повышения квалификации, и в соответствии с современными тенденциями превращения библиотеки в общедоступный центр духовного общения, большое внимание уделяют библиографической организации досуга, включающего занятия различными видами искусства, а также самообразование и интеллектуальное общение.

Направления деятельности отдела

Основным направлением деятельности отдела искусств Донецкой республиканской универсальной научной библиотеки им. Н.К. Крупской является предоставление необходимой пользователю информации, позволяющей развиваться духовно, эмоционально и интеллектуально, приобщаться к общечеловеческим идеалам и ценностям, реализовывать свои неиспользованные творческие возможности.

Библиотекари используют все направления индивидуальной и массовой работы, способствующие развитию

отдела как культурного пространства, где каждый может найти и реализовать себя.

В современных реалиях специалисты отдела способны быстро и качественно переключаться с одного вида деятельности на другой, использовать разнообразные формы обслуживания профессионалов и любителей искусства: дни информации, творческие встречи в читательских клубах по интересам, мастер-классы, художественные выставки, консультации мастеров народного творчества, литературно-музыкальные программы, кино- и видеолектории.

Информационно-библиографическая деятельность отдела осуществляется по следующим направлениям: формирование и ведение справочно-библиографического аппарата (СБА), в т.ч. баз данных, составление библиографических пособий, справочно-библиографическое обслуживание, библиографическое информирование, рекламная деятельность.

Каждого посетителя, обратившегося в отдел, библиотекари обслуживают внимательно, доброжелательно и компетентно, уточняют цели и задачи предстоящего библиографического поиска и для выполнения его обращаются к автоматизированной библиотечной информационной системе UNILIB «Поиск», справочно-библиографическому фонду или ресурсам Интернета. Ввиду сложности запросов по узкоспециальной тематике в отделе широко применяется персонифицированная технология обслуживания пользователей, при которой предоставление услуги определяется уровнем профессионализма и интеллекта библиотекаря.

В связи с тем, что приоритетным направлением в работе отдела является информационно-библиографическое обслуживание специалистов в области искусства, велика роль творческого сотрудничества с преподавателями и студентами Донецкой музыкальной академии им. С.С. Прокофьева, Донецкого музыкального колле-

джа им. С.С. Прокофьева, Донецкого колледжа культуры и искусства, школ искусств, с актерами театров, научными сотрудниками музеев, специалистами Дома народного творчества и кино, мастерами народного творчества.

Артисты филармонии являются наиболее активными пользователями отдела среди музыкантов-профессионалов. К наиболее частым их запросам относится подбор концертного репертуара из богатейшего нотного фонда, насчитывающего 40-тысячную коллекцию нотных изданий для всех инструментов, оркестров, голоса, клавиров опер, балетов и оперетт. Все издания отражены сотрудниками отдела в электронной базе данных библиотеки. Систематически ведется работа по аналитическому раскрытию нотного фонда. Ежегодно в электронный каталог нотных изданий библиотекари отдела включают по 6-7 тысяч электронных записей.

Замысел многих концертных программ Донецкой филармонии рождается в отделе искусств, на основе его нотного фонда формируется программа Театральной гостиной Донбасс-Оперы. Взаимодействие отдела с преподавателями и аспирантами Донецкой государственной академии им. С.С. Прокофьева в последнее время приобрело новые формы: из творческого (совместная подготовка и проведение музыкально-просветительских программ) переросло в научное.

Дни информации

Большой популярностью у специалистов пользуются Дни информации, которые уже многие годы готовят и проводят работники отдела искусств для педагогов музыкального, художественного и театрального образования, для преподавателей и студентов творческих учебных заведений.

Указатель «Искусство Донбасса»

Сотрудниками отдела искусств подготовлено 4 выпуска научно-вспомогательного библиографического указателя краеведческой направленности «Искусство Донбасса». Это издание является научной базой для музыковедов, театроведов, историков, краеведов и широко используется в работе по изучению искусства нашего края и при подготовке различных публикаций, а библиотекарям помогает в выполнении запросов пользователей и подготовке массовых мероприятий.

С целью популяризации искусствоведческих изданий библиотекари профессионально проводят комплексные мероприятия, которые сопровождаются книжными выставками, беседами-обзорами, дискуссиями и обсуждениями.

Мероприятия такого уровня повышают интерес к искусству, удовлетворяют потребности пользователей в приобщении к лучшим образцам литературы и искусства.

Помимо этого, сотрудники отдела искусств активно привлекают пользователей к занятиям различными видами искусства в клубах по интересам.

Читательские клубы отдела искусств

В этом году читательские клубы по интересам, работающие при отделе искусства, созданные совместно с творческим объединением «Вдохновение» Республиканского Дома народного творчества и кино, отмечают свое 25-летие.

Заметное оживление в работе клуба «Художник» и рост его популярности среди любителей изобразительного искусства связан с поиском и внедрением специалистами отдела новых форм библиографического информирования участников клуба, подготовкой и проведением бесед-обзоров с элементами искусствоведческого анализа и краеведческой направленностью, презентаций творческих ра-

бот участников клуба. Можно отметить такие темы, как «Графика известного донецкого художника Владимира Шенделя», «Образы русского импрессионизма», «Героика народного подвига в творчестве Юрия Непринцева и Александра Лактионова», «Вечная Россия на полотнах Ильи Глазунова».

Тематику встреч в Клубе по изучению народных традиций им. И. Яхно сотрудники отдела определяют самостоятельно, исходя из пожеланий мастеров, а также учитывая знаменательные даты и события. Такие занятия способствуют развитию художественно-творческих способностей, созданию оригинальных предметов декоративно-прикладного искусства, произведений художественного творчества, участию в художественных выставках. При информационной поддержке библиотекарей мастера народного творчества продолжают заниматься исследовательской работой, направленной на изучение и сохранение самобытного декоративного искусства Донбасса.

На еженедельных встречах клуба с помощью цикла бесед «Современные центры русской художественной вышивки» мастера и гости клуба знакомятся с особенностями новгородской, архангельской, калужской народной вышивки, изданиями о русских народных промыслах.

Занятия всегда проходят в теплой, творческой атмосфере. Немаловажную роль здесь играет знание библиотекарями психологии, умение общаться с различными категориями читателей, творческими людьми, учитывать их возраст, образование, социальные и профессиональные особенности личности, проявлять максимум внимания, понимания, уважения и доброжелательности к каждому посетителю отдела.

Наглядным результатом творческой деятельности членов читательских клубов стали коллективные и персональные художественные выставки, организованные совместно с Домом народного творчества и кино, которые си-

стематически проходят в отделе искусств и пользуются большой популярностью у читателей библиотеки и жителей города. Все процессы работы, связанные с организацией выставки: написание экспликации, подготовка этикеток к работам, проведение торжественной церемонии открытия – ложатся на плечи библиотекарей. В отделе искусств читатели превращаются в зрителей, и помогают им в этом библиотекари, ежедневно выступая в роли экскурсоводов по выставке, попутно рассказывая о содержании справочного аппарата и фонда, мероприятиях и клубах отдела.

Среди пользователей множество любителей искусства с высокими эстетическими потребностями и запросами.

Читатели, предпочитающие культурно-потребительский тип досуга, – это посетители Музыкальной гостиной, видеолектория «Шедевры мирового музыкального театра», кинолектория «Советский экран».

В процессе подготовки этих комплексных мероприятий библиотекари отдела предлагают посетителям большой объем фактографической и консультативной информации, которую в процессе подготовки вступительных бесед, обзоров предлагаемой литературы, читательских обсуждений находят в биографической литературе, справочно-библиографических изданиях и в сети Интернет. Эффективность этих мероприятий очень высока. Они пробуждают не только интерес к чтению, но и повышают имидж отдела и библиотеки в целом. Для проведения таких мероприятий библиотекарь должен обладать широким кругозором, художественным вкусом и чувством стиля, артистизмом и искренностью, ораторским мастерством, умением справиться с волнением и увлечь аудиторию.

Для любителей искусства сотрудники отдела устраивают встречи в Музыкальной гостиной, знакомят читателей и гостей библиотеки с искусством профессиональных исполнителей классической и современной музыки, с

творческой студенческой молодежью, выступая в роли ведущих концертных программ.

Обладая организаторскими и творческими способностями, специалисты отдела искусств в тесном творческом контакте с музыкантами, поэтами, певцами, художниками, авторами-исполнителями участвуют в музыкально-поэтических программах не только в стенах библиотеки, но и в музеях, высших учебных заведениях, Доме работников культуры. Библиотекари отдела искусств совместно с мастерами донецкого творческого объединения СиМ («Слово и Музыка») готовят и проводят уникальные бардовские концерты, художественно-поэтические и лирико-патриотические музыкальные программы, которые пользуются большой популярностью среди пользователей библиотеки. Художественный руководитель СиМ – поэт, композитор, педагог, известный донецкий автор-исполнитель Дмитрий Макарчук.

Для любителей музыкального театра сотрудники отдела уже много лет еженедельно проводят видеолекторий «Шедевры мирового музыкального театра» с просмотром и обсуждением оперных и балетных спектаклей лучших театров мира, который сопровождается вступительными беседами библиотекарей, книжными выставками, обзорами литературы. Сегодня видеолекторий необычайно популярен среди пользователей отдела искусств библиотеки, многие спектакли проходят с аншлагами. До начала пандемии число посетителей доходило до 70 человек.

Программы видеолектория составляются ежеквартально.

С огромным желанием читатели посещают также кинолекторий отдела искусств «Советский экран», который ведет ведущий библиотекарь Наталия Ивановна Коротких. Она талантливо популяризирует лучшие советские фильмы и экранизации литературных произведений, в которых подспудно, изначально заложены идеи гуманизма и

человечности, устраивая обсуждения и дискуссии, привлекая к участию профессионального киноведа Владимира Александровича Вербицкого.

Кинолекторий отдела искусств, представляющий в циклах «Мир авторского кино» и «Воплощенная судьба в творчестве актеров театра и кино» лучшие советские и российские кинофильмы, приглашает читателей к участию в просмотрах, обсуждениях и дискуссиях с помощью афиш, ярких рекламных листовок с именами актеров и кадрами из фильмов.

К каждому мероприятию библиотекари готовят оригинальные электронные презентации, благодаря чему встречи и мероприятия становятся более красочными и наглядными.

Для привлечения пользователей специалисты отдела с использованием специальных компьютерных программ постоянно разрабатывают и совершенствуют рекламную продукцию отдела: красочные памятки, визитки, листовки, афиши, анонсы, программы музыкальных вечеров, видео- и кинолекториев, – которая систематически распространяется среди читателей во время посещения отдела, мероприятий, экскурсий, дней открытых дверей в библиотеке.

Информация обо всех мероприятиях размещается на сайте библиотеки, в социальных сетях, средствах массовой информации.

Сотрудники отдела искусств пользуются уважением у деятелей искусства и читателей библиотеки, с которыми активно сотрудничают в подготовке, проведении и организации мероприятий, встреч в творческих клубах, кино- и видеолекториев. Ко всем порученным плановым и внеплановым заданиям библиотекари подходят ответственно, заинтересованно, с полной отдачей и вдохновением.

Регулярно для овладения новыми компьютерными программами сотрудники отдела искусств проходят обу-

чение в Тренинговом центре, а также повышают квалификацию, систематически изучая профессиональную литературу.

Работа в период пандемии

В связи с пандемией COVID-19, когда все запланированные массовые мероприятия проводились виртуально, сотрудники отдела смогли оперативно перестроить свою работу. Проводили в дистанционном режиме встречи в клубах, видеолектории с показом оперных и балетных спектаклей, кинолекторий «Советский экран». Незабываемое впечатление произвела на пользователей музыкально-поэтическая композиция ко Дню Победы «И неспетою птицей летят журавли», виртуальная художественная выставка «О Войне, о Мире, о Победе».

Библиотекари провели и самостоятельно записали на видео мастер-классы по актуальной тематике, снялись в 50 видеороликах, с которыми можно ознакомиться на сайте библиотеки и в социальных сетях.

Эта сложная работа потребовала новых навыков и умений, психологической готовности выступать перед видеокамерой, умение преодолевать естественное волнение. Сотрудники отдела искусств научились по-новому строить свое выступление, видоизменять насыщенный множеством познавательных фактов формат вступительной беседы перед публикой во время живого общения в лаконичный сжатый формат.

Наша главная цель – заинтересовать читателя, оказать внимание, помощь и поддержку, создать комфортную атмосферу, дать необходимую именно ему духовную информацию, которая сконцентрирована в отделе искусств.

Список литературы

1. *Абдуллаева А.Т.* Библиографы как посредники в формировании информационной культуры читателей // Библиография. 2013. № 3. С. 30-34.
2. *Алтухова Г. А.* Основы библиотечного имиджа: учебно-методическое пособие. М.: Литера, 2008. 224 с.
3. *Балашова Е.В.* Библиотечная реклама: традиции и современные направления: учебно-методическое пособие. М., 2013. 192 с.
4. *Головина Г.В.* Библиографическое обеспечение досуговой деятельности. М.: Либерия, 2008. 128 с. (Библиотекарь и время. XXI век ; № 79).
5. *Головка С.И.* Специалист: образование, компетентность, новаторство: научно-практическое пособие. М.: Либерия – Бибигформ, 2005. 144 с.
6. *Коготков Д.Я.* Библиографическая деятельность библиотеки: организация, технология, управление: учебник. СПб.: Профессия, 2004. 304 с. (Библиотека).
7. *Колганова А.* Пространство духовной работы: Искусство помогать искусству // Библиотечное дело. 2012. № 10. С. 2-8. (Юбилей РГБИ).
8. *Колесникова М.Н.* Менеджмент библиотечно-информационной деятельности: учебник для вузов. М.: Либерия-Бибинформ, 2009. 256 с.
9. *Кравченко Т., Початкина О., Титунова И.* Формирование научной картотеки: справочный аппарат и информационное обслуживание // Библиотечное дело. 2012. № 10. С. 19-21. (Юбилей РГБИ).
10. *Кузакова Е.В.* Таким фасадом никого не удивишь....: имидж библиотеки как фактор инновационного развития // Современная библиотека. 2012. № 2. С. 24-27.

11. *Матвеев М.Ю.* Изучение имиджа библиотек и библиотекарей в прессе: отечественный и зарубежный опыт // Научные и технические библиотеки. 2009. № 10. С. 12-27.
12. *Матвеева И.Ю.* Креативный менеджмент в библиотеке: учебно-практическое пособие. М.: Литера, 2012. 128 с.
13. *Суслова И.М., Ключев В.К.* Менеджмент библиотечно-информационной деятельности: учебник для вузов культуры и искусств. СПб.: Профессия, 2009. 600 с.

И.А. Романченко

Имидж библиотеки как основа ее успешной деятельности

В последнее время мы все чаще слышим о необходимости формирования положительного имиджа компаний, фирмы и в том числе учреждений культуры.

Так что такое имидж? Понятие «имидж» (англ. image – буквально образ) – обобщенный эмоционально окрашенный образ социального объекта (личности, организации, фирмы и др.) в общественном или индивидуальном сознании [1].

Имидж организации создается в целях формирования благоприятной атмосферы для дальнейшего успешного развития, продвижения предлагаемых фирмой товаров (услуг).

Впервые имиджеведение как социальное направление по изучению условий, способствующих бизнесу, было предложено в 1961 году американским экономистом Кеннетом Боулдингом. Однако в России это направление в качестве науки получило признание только в 1990 годах.

Нужно отметить, что в советские годы у библиотекаря уже существовал сформированный имидж. Библиотекари составляли один из отрядов советской интеллигенции. Они призваны активно помогать читателю в выборе книг, продвигать книжные богатства в массы, руководить чтением миллионов людей [2].

На протяжении долгого времени библиотеки и выполняли эти функции: подбирали и выдавали литературу по запросам читателей. Но мир меняется стремительно и у библиотек в начале 2000-х годов появился серьезный конкурент в предоставлении информации – всемирная сеть Internet. Читатели все меньше стали посещать библиотеки, все чаще компьютерные залы, а с внедрением новых технологий люди стали получать нужную информацию не покидая дома, школы, офиса.

Вот тогда у библиотек появилась задача вернуть старых читателей, а так же привлечь новых. Но как? Ответ очевиден, если читатель не идет в библиотеку, а обитает в интернете, то библиотека идет за читателем в интернет.

Перед библиотекой встает новая цель – превратить библиотеку в технически оснащенный, культурный и информационно-досуговый центр. Именно такой 55,56% читателей, хотят видеть библиотеку будущего, согласно проведенному опросу (в опросе приняли 100 человек) на странице нашей библиотеки ВКонтакте (см. рис. 1).

Библиотека будущего для Вас это...

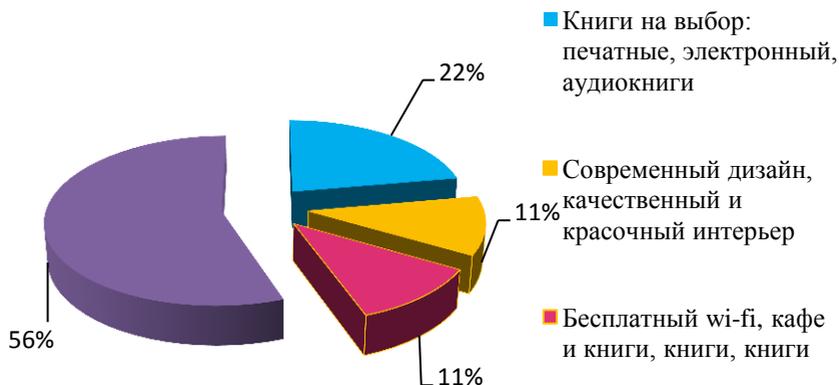


Рис. 1. Результаты опроса «Библиотека будущего для Вас это...»

Пандемия ускорила этот процесс, все библиотеки и библиотека им. В.А. Добрякова в том числе, стали массово уходить в интернет пространство (ВКонтакте, Instagram, YouTube, TikTok). И результат не заставил себя ждать. Количество посетителей возросло с 560 (статистические данные за период 1.01.2020-31.03.2020) до 1488 за те же три месяца (статистические данные за период 1.04.20-1.07.2020) (см. рис. 2).

Количество посетителей страницы ВКонтакте

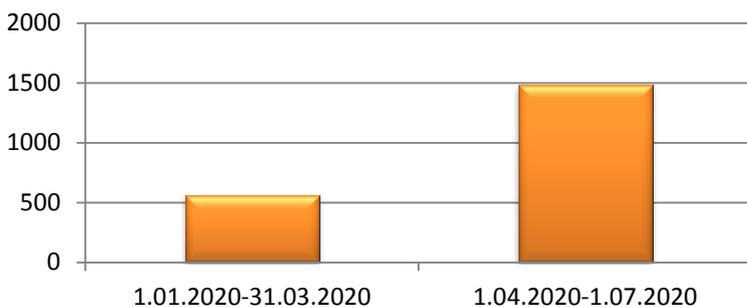


Рис. 2. Анализ роста посетителей страницы библиотеки в ВКонтакте.

Активность подписчиков (комментарии, добавление в закладки, сообщения на стене) за период 1.04.20-1.07.2020 возросла в 3 раза (см. рис. 3).

Активность подписчиков страницы ВКонтакте

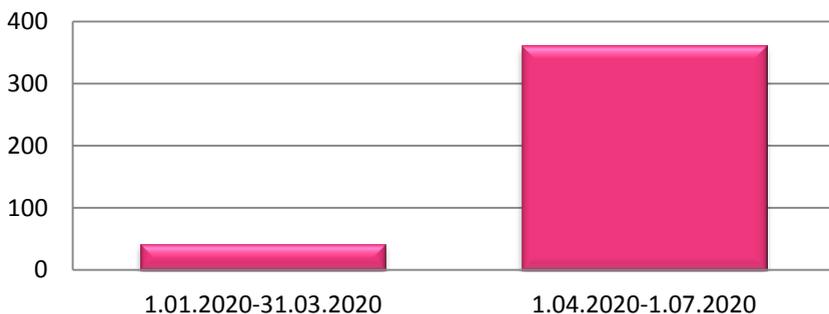


Рис. 3. Анализ активности подписчиков страницы библиотеки в ВКонтакте.

Вместе с этими показателями возросло число запросов через интернет на поиск той или иной литературы, продление книг через сервис «Продление» на странице библиотеки ВКонтакте. И что самое главное появились и новые читатели в библиотеке, которые до определенного момента не знали даже о существовании библиотеки рядом с домом или местом работы. Здесь Яндекс Карты, Google Карты и 2ГИС тоже сыграли свою роль. Вся информация о библиотеке в этих сервисах была обновлена, были выставлены метки на картах, добавлены фото, появились первые отзывы благодарных читателей.

Мы по-прежнему предлагаем читателям книги нашего фонда, но мы так же расширили наш фонд за счет виртуальных библиотек: «ЛитРес», «Национальная электронная библиотека» и «Национальная электронная детская библиотека». Мы даем понять читателям, что мы современная библиотека и у нас есть, что предложить самому искушенному читателю.

Следующим шагом на пути к повышению имиджа библиотеки стало создание сайта «Янтарные россыпи Владимира Добрякова». Через сайт мы продвигаем как саму библиотеку, так и имя воронежского детского писателя Владимира Добрякова, чье имя носит наша библиотека.

Главной движущей силой на пути к успешной деятельности библиотеки и формированию ее положительно-го имиджа является персонал библиотеки. Сотрудники постоянно осваивают новые программы и приложения для создания роликов и мероприятий в online-формате. Также осваиваются online-конструкторы по созданию интерактивных викторин и квестов, что в свою очередь придает развлекательно-обучающий характер контенту библиотеки. Обучение персонала в основном проходит в режиме self-instruction [3], без отрыва от рабочего процесса.

Но самый интересный и творческий этап на пути формирования привлекательности библиотеки и ее успеш-

ной деятельности – это разработка фирменного стиля. Логотип, оформление группы ВК и страницы в Instagram, а так же YouTube-канала в едином уникальном стиле, сделает нашу библиотеку в миллионном городе и за ее пределами узнаваемой на просторах социальных сетей.

Исходя из всего вышеотмеченного, а так же беря во внимание личный опыт библиотеки № 37 им. В.А. Добрякова г. Воронежа, можно выделить следующие инструменты формирования имиджа библиотеки на пути к ее успешной деятельности:

1. Непрерывная работа с существующими читателями (изучение читательского вкуса и предпочтений).
2. Обучение персонала библиотеки (бесплатные мастер-классы, семинары, бесплатные вебинары).
3. Проведение мастер-классов как в online, так и в offline-формате.
4. Проведение благотворительных акций (сотрудничество с благотворительным движением «Подари улыбку и любовь детям хосписа»)
5. Проведение социально-значимых мероприятий (в нашей библиотеке это мероприятия для людей с ограниченными возможностями слуха).
6. Создание и ведение групп и страниц библиотеки в социальных сетях.
7. Разработка и создание своего фирменного узнаваемого стиля, логотипа для социальных сетей.
8. Продвижение имени библиотеки (если библиотека является именной).
9. Работа со СМИ (создание информационных поводов: организация выставок художников, встреч с писателями).

Повысив имидж библиотеки мы сможем не только обеспечить успешную деятельность самой библиотеки и

продвижение книги в массы, но и привлечь в профессию способную молодежь, которая ломает давно сформировавшийся стереотип о библиотеке, как о скучном месте, где нельзя громко разговаривать, где нет приличных компьютерных мест и отсутствует Wi-Fi, где тихо и скучно.

Список литературы

1. Новая Российская энциклопедия. Т. 6(2): Зелена-Гура – Интоксикация / главный редактор А. Д. Некипелов. М.: Энциклопедия, 2010. С. 89.
2. *Чубарьян О.С.* Общее библиотекосведение: [Учебник для библиотечного факультета ин-тов культуры]. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Книга, 1968. С. 281.
3. Contextual Dictionary. Англо-русский словарь: [сайт]. URL: <https://ru.contdict.com/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/Self-instruction> (дата обращения: 09.03.2021).

М.В. Колгина

М-фактор [представления молодежи о работе в библиотеке как основа для развития профессионализма]

Каждая российская библиотека, так или иначе, анализируя свою деятельность в 2020 году, непременно обратит внимание на действия, направленные на сохранение и развитие библиотеки как элемента культурной и информационной среды общества в условиях действия карантинных мер. Степень влияния этого периода на работу биб-

лиотек можно оценивать по многим критериям: развитости ресурсной базы, внедрению новых информационных сервисов, качеству и содержанию виртуальных представительств, уровню взаимодействия с пользователями. Однако за всеми этими действиями стоят люди, которые их осуществляют, и во многом, от готовности этих людей к переменам зависит успех «антикризисного пакета» библиотеки.

Взглянув на проблему развития библиотек в сложившейся ситуации с позиций антикризисного менеджмента, мы увидели, что наилучшим образом с возникшими проблемами справляются те библиотеки, в которых «агентами влияния»* выступают молодые сотрудники.

**Агент влияния – лицо, ведущее распространение идей какой-либо организации в среде людей, к этой организации не принадлежащих.*

Ставропольская краевая библиотека для молодежи имени В.И. Слядневой более двадцати лет осуществляет работу по формированию кадровой молодежной политики, направленной на развитие библиотек и совершенствование информационно-библиотечного обслуживания населения. В систему мероприятий по развитию кадрового потенциала отрасли входят: мониторинг кадровой ситуации в регионе; организация образовательных программ для молодых специалистов; создание условий для развития профессионального творчества и инновационных практик; включение библиотечной молодежи края в общероссийские проекты.

Программа профессиональной поддержки молодых специалистов в 2020 году была реализована через комплекс мероприятий, в число которых вошли:

- Исследование «Молодежный кадровый ресурс библиотек Ставрополя»

- XVII межрегиональная школа молодого библиотекаря «Новая библиотека: идеи и практики развития»
- X краевой конкурс молодых специалистов «Надежды будущего-2020».

Результаты проделанной работы позволяют сделать ряд важных выводов, которые помогут усовершенствовать дальнейшую работу по укреплению имиджа библиотеки и библиотечной профессии в среде молодых специалистов. Эти выводы напрямую связаны с основными задачами кадровой политики:

1. Сформировать благоприятную среду для прихода и закрепления молодых специалистов в библиотеке;
2. Способствовать развитию профессиональных компетенций специалистов;
3. Стимулировать инновационную деятельность и творческую активность молодых профессионалов.

Итак, попробуем ответить на вопрос «Как поддержать молодого специалиста на пути к профессионализму?», опираясь на представления и установки, высказанные участниками наших мероприятий.

Фактор 1. Что привлекает молодежь в профессии библиотекаря?

К числу важных имиджевых характеристик молодежи относят традиционные «плюсы» библиотечной профессии: работа с людьми и общение, возможность заниматься интересным делом, творческий характер. Эти позиции, в первую очередь, отвечают личностным стремлениям и предпочтениям при выборе сферы профессиональной деятельности. Далее следуют характеристики, отвечающие запросам саморазвития: возможность повышать свой культурный и профессиональный уровень, работа с книгами. Завершает блок наиболее прагматичная характеристика

библиотечной профессии – гарантии социальной и экономической стабильности.

«Библиотекарь сейчас – это не сотрудник, который пришел в библиотеку из-за стечения обстоятельств и остался там работать, потому что удобно, комфортно и сильно не напрягают. А сотрудник, который полон энергии и новых идей, обладает многими навыками в использовании компьютерных технологий, стремится к самообразованию».

(из анкеты участника Школы молодого библиотекаря – ШМБ-2020)

Необходимые действия. При приеме на работу, планировании работы библиотеки, необходимо обратить внимание на личностные качества специалиста, его интересы и увлечения.

Фактор 2. Стимулы к эффективной работе.

Наиболее эффективными аспектами для молодых специалистов библиотек являются: позитивная оценка и поддержка руководства, творческий характер труда и возможность проявить себя (самореализоваться).

В профессиональном творчестве большинство людей находят возможность самовыражения и самоутверждения, кроме того творчество доставляет удовольствие, потому этот фактор можно считать наиболее значимым в мотивационной структуре молодого библиотечного сотрудника. В целом, самореализации как возможность проявить себя, участвуя в новых интересных делах и перспективных проектах библиотеки, является очень важным условием, способствующим профессиональному «закреплению» и дальнейшей уверенности в высоком статусе своей профессии.

Для библиотечной молодежи высокую значимость имеют межличностные взаимоотношения, благоприятный климат в коллективе, совпадение интересов сотрудника и библиотеки. Им важно ощущать себя сопричастными к

общему делу, быть востребованными. В этой связи большое значение имеет и фактор признания со стороны коллег, уважение мнения молодого сотрудника.

К числу важных причин неудовлетворенности молодых специалистов работой в библиотеке являются «личностные» факторы, к числу которых относятся «большая физическая и эмоциональная нагрузка» и «нехватка профессиональных знаний, умений, навыков».

Необходимые действия. Позитивная оценка и признание инициативы и хорошо выполненной работы руководством, различные меры поощрения молодых специалистов. Объединение молодых специалистов и определение отдельного участка работы. Развитие системы наставничества.

Фактор 3. «Библиотека будущего» в представлениях молодых специалистов.

По итогам опроса, проведенного в группе «Библио-Ставка» (ВКонтакте), можно определить наиболее перспективные, на взгляд молодежи, направления развития библиотек в ближайшем будущем:

- Центр интеллектуального развития – 48%
- Мультимедийный центр – 22%
- Клуб живого общения – 21%
- Всемирная электронная библиотека – 9%
- Музей книжной культуры – 6%
- Пункт обслуживания электронных устройств для чтения – 4%.

Наиболее ценными в работе со специалистами являются их собственные суждения, оригинальные версии:

«Моя версия... Всё-таки лично мне хочется верить, что библиотека не станет местом исключительно цифровых технологий, а останется площадкой интеллектуального общения (в том числе, с «живой» бумажной книгой)».

(из анкеты участника ШМБ-2020)

Необходимые действия. Несомненно, следует учитывать мнение молодежи при разработке долгосрочных планов и стратегий развития библиотек. Важно обсуждать современные тенденции библиотечного развития в коллективе, выстраивать модели возможного будущего и создавать экспериментальные площадки.

Фактор 4. Качества библиотекаря, необходимые для любой модели развития библиотеки в настоящем и будущем:

- Креативность
- Инициативность
- Стремление к профессиональному развитию (обучение новому, желание меняться, активная и позитивная жизненная позиция).

Также все более актуальными становятся применение в библиотечной практике так называемых *soft skills* навыков, развитие коммуникативных практик и умений работать в команде.

«Могу высказать предположение, что через 10 лет я буду руководить собственным проектом по продвижению библиотечных услуг и популяризации чтения среди разных социальных групп, поскольку в настоящее время именно это мне и нравится, освою несколько новых медийных ресурсов. Собрав группу единомышленников, буду придумывать творческие и обучающие проекты для библиотекарей, целью которых будет поднять престиж профессии библиотекаря»

(из анкеты участника ШМБ-2020)

Необходимые действия. Стремиться развивать все эти качества не только в молодых сотрудниках, но и во всем коллективе библиотеки. Избегать жесткой критики молодежных инициатив. Включать новичков в реальные библиотечные проекты и внимательно относиться к их идеям и предложениям.

Фактор 5. «Проект мечты».

Необходимым условием развития профессиональной карьеры должны стать конкретные дела. В этой связи интересным представляются инициативы, выдвинутые молодежью. Примеры «проектов мечты» участников XVII межрегиональной школы молодого библиотекаря:

Моя идея заключается в создании сенсорно-триггерной комнаты для взрослых, чтобы помочь справиться со стрессом, внутренним напряжением.

В ближайшем будущем в нашей библиотеке будет этническая площадка, к которой я бы хотела «приложить» голову и руки.

Скоро начну выпускать совместно с читателями свой журнал комиксов.

Моя мечта – организовать полезный подкаст канал для людей с ограниченными физическими возможностями.

Планирую создать книжный клуб для обсуждения научной фантастики с возможностью театральных или ролевых игр по произведениям.

Мечтаю, чтобы в экологической библиотеке был живой уголок и мини приют для животных.

Задумываю фотопроjekt для детей «Косплей по сказкам».

Нам срочно нужен «Молодежный клуб настольных игр».

«С моей точки зрения библиотека действительно имеет возможность стать третьим местом, открытым пространством для творчества и саморазвития, при условии гармоничного сочетания информационных технологий и накопленного опыта. Одной из целей библиотеки будущего станет доступ различных общественных групп к достоверной информации, а также возможность уверенно ориентироваться в информационном потоке. Кроме того, задача библиотеки будущего сохранить и передать опыт предшествующих поколений, «донести голос»

прошедших эпох не просто как информационный материал, а именно как знание, то есть пропущенный через человеческое сознание опыт. В этом будет заключаться именно гуманистическая функция библиотеки. В условиях постоянно меняющейся картины реальности библиотека станет центром культурной жизни».

*(из работы участника конкурса
«Надежды будущего-2020»)*

Необходимые действия. Позволить молодежи следовать за своей мечтой. Начинать с небольших, но конкретных дел, объединять сотрудников по их интересам, давать широкий простор инициативе.

Проделанная в 2020 году работа по программе профессиональной поддержки молодых специалистов, показывает, что библиотечная молодежь занимает активную позицию и стремится внести свой вклад в развитие библиотек, сохранение их культурного потенциала. Важно, что библиотека воспринимается многими молодыми специалистами, не только как место работы и зарабатывания средств, но как площадка применения творческих сил, направленных на общественное благо.

«Есть ощущение, что больше ни одна сфера деятельности не предполагает такого поля безграничных возможностей для реализации разнообразных идей и творческого потенциала с неоспоримой пользой для общества».

(из анкеты участника ШМБ-2020)

«Я вижу себя в дружной команде молодых и опытных, активных и инициативных сотрудников современной высокотехнологичной библиотеки, которые работают на благо культуры и просвещения».

(из анкеты участника ШМБ-2020)

Наша задача – поставить творческую созидательную энергию молодых специалистов на благо развития библиотечного дела и библиотечной профессии. Опираясь на инициативы и творческие идеи молодых, можно быть уверенными не только в завтрашнем дне, но и в далекой библиотечной перспективе.

Дополнительные материалы:

Молодежный кадровый ресурс публичных библиотек Ставропольского края: итоги исследования. URL: [//https://anyflip.com/blnjg/jaev](https://anyflip.com/blnjg/jaev).

XVII межрегиональная школа молодого библиотекаря «Новая библиотека: идеи и практики развития». URL: [//http://www.stavkub.ru/nadezhdy-budushego/2020/](http://www.stavkub.ru/nadezhdy-budushego/2020/).

X краевой конкурс молодых специалистов «Надежды будущего-2020». URL: <http://www.stavkub.ru/nadezhdy-budushego/konkyrs/2020>.

В.О. Чоботова

Работа в социальных сетях как средство создания позитивного имиджа библиотеки

В наше время создание позитивного имиджа является одной из важнейших задач современной библиотеки. Благоприятный имидж помогает не только привлечь новых пользователей, но и обратить внимание молодёжи на библиотечные профессии, разрушить стереотипы о работе библиотекаря.

Работа библиотеки в социальных сетях – необходимое направление деятельности в наши дни. Сайты уступают социальным сетям, о чём свидетельствуют количество посещений и активность пользователей в интернете. Активная работа библиотеки в социальных сетях помогает

получать обратную связь от читателей, продвигать услуги, популяризировать книги, мероприятия и другие направления деятельности учреждения, способствует общению пользователей с библиотекарями и друг с другом.

Постоянная работа в социальных сетях может повысить эффективность деятельности библиотеки, сделать её более привлекательной для читателей (в том числе потенциальных), а также благодаря работе в режиме онлайн частично решить проблему невозможности личного посещения библиотеки пользователями, особенно актуальную в период карантин.

Социальные сети помогают библиотеке быть более доступной и удобной для читателей. Не всегда у пользователей есть возможность лично посетить библиотеку, чтобы получить необходимую информацию. Например, в группе государственного учреждения культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской» (далее – библиотека им. Н.К. Крупской) в социальной сети ВКонтакте любой пользователь может узнать о наличии определенных книг в библиотеке, продлить книги онлайн, задать другие вопросы, оставить отзывы и т.д. Для этого в группе созданы обсуждения, на вопросы в которых оперативно дают ответы сотрудники библиотеки.

Библиотека им. Н.К. Крупской активно занимается социальными сетями. На данный момент, кроме сайта, функционируют сообщества библиотеки в следующих социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники.

Также библиотека осуществляет деятельность на сервисе видеохостинга с функциями социальной сети YouTube и на кроссплатформенном мессенджере Telegram.

Поддача информации в социальных сетях отличается от информации на сайте. Сайт характеризуется большей структурированностью и официальностью. На нём можно узнать информацию о библиотеке, её истории, структуре,

услугах, новых поступлениях и т.д. В социальных сетях уклон делается на развлекательный контент, рекламу, популяризацию фондов и чтения, общение с подписчиками.

Контент сообществ помогает ломать стереотипы о библиотеке и показывать её работу изнутри (например, с помощью функции stories в Instagram мы показываем бекстейджи со съёмок проектов, «закулисную» работу, подготовку к мероприятиям).

Остановимся на рассмотрении работы в социальной сети ВКонтакте, которая на данный момент имеет наибольшую популярность среди пользователей библиотеки им. Н.К. Крупской.

Группа библиотеки существует с июля 2016 года, численность по состоянию на февраль 2020 года – более 6 000 участников, среди которых пользователи библиотеки (в том числе потенциальные), а также коллеги из других учреждений культуры Донецкой Народной Республики и Российской Федерации.

Цель работы в социальных сетях – доступность для наших читателей, привлечение новых пользователей, создание позитивного имиджа библиотеки и библиотекарей, популяризация фондов.

Основу новостной ленты группы составляют различные рубрики, которых стало больше с марта 2020 г., когда обслуживание пользователей было приостановлено в целях реализации мер по предупреждению распространения коронавирусной инфекции.

Далее подробнее рассмотрим рубрики и проекты, которые осуществляются в социальных сетях библиотеки им. Н.К. Крупской.

Развлекательный контент – важная составляющая работы в социальных сетях. Библиотека является не только просветительским, но и досуговым учреждением, каждый может найти в его стенах и социальных сетях что-то инте-

ресное для себя, поэтому необходимо показать разностороннюю деятельность библиотеки.

«*Ребусы от Крупской*» – это рубрика, в которой мы предлагаем нашим подписчикам написать в комментариях, какое литературное произведение зашифровано с помощью ребуса. Публикация включает в себя изображение с ребусом (или картинками-подсказками, по которым можно догадаться, о какой книге идет речь) и текстовую подсказку с фактом о произведении. Обычно ответом является книга-юбилар этого года.

Подписчики «включаются» в игру, пишут свои предположения и догадки в комментариях к публикации. Правильный ответ мы публикуем через некоторое время там же, комментируя ответы участников игры.

Для удобства мы используем хештег #ребусыотКрупской, по которому любой желающий может найти наши предыдущие ребусы.

Примеры публикаций рубрики «Ребусы от Крупской»

Маленькая подсказка: книга о путешественнике, проделавшем на подводной лодке (этой книге в этом году исполняется 150 лет) 📖

Ответ пиши в комментарий 🗨️



Маленькая подсказка: время пить чай! (этой книге в этом году исполняется 155 лет) 🕒

Ответ пиши в комментарий 🗨️



«*100 фактов о культуре Донбасса*» – рубрика-проект, который был реализован в 2020 г. и предлагал узнать интересные факты об учреждениях и организациях культуры Донецкой Народной Республики, их сотрудниках, книгах, постановках, экспонатах, рекордах и таким образом стать ближе к тем, кто формирует, сохраняет, и развивает культуру Донбасса. Благодаря совместной ре-

лизации с другими учреждениями культуры рубрика привлекла большое количество внимания.

Примеры публикаций рубрики #100ФактовОКультуреДонбасса

В 1973 году в агит Донской филармонии на временную работу был принят Владимир Семенович Высоцкий в качестве артиста разговорного жанра. Легендарный артист полюбил долгие за сменами выступления в театре и исполнение вокала. За время работы Высоцкий исполнил несколько десятков концертов в городах Донбасса.



#100ФактовОКультуреДонбасса

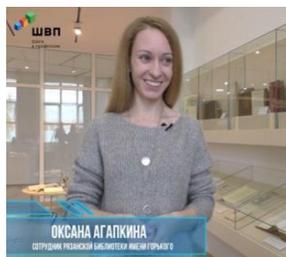
Длина всех книжных полок библиотеки им. Н. К. Кулской составляет около 10 км и равна длине улицы Артёма, центральной улицы города Донецка.



#100ФактовОКультуреДонбасса

С помощью социальных сетей библиотекари становятся ближе к нашим пользователям. Периодически мы запускаем различные рубрики, принимаем участие во флешмобах, публикуем интервью с сотрудниками библиотек. Среди таких проектов – **«Шаги в профессию»**, в рамках которого было подготовлено 18 выпусков о сотрудниках библиотек ДНР и РФ и их работе, **«Я библиотекарь»**, где мы рассказывали об увлечениях наших сотрудников, **«Любимый праздник детства»** и **«Мы все учились в школе»** и т.д. Таким образом мы знакомим подписчиков с нами, разрушаем стереотипы о библиотекарях.

Рубрики **«Шаги в профессию»**, **«Я библиотекарь»**, **«Мы все учились в школе»**, **«Любимый праздник детства»**





Социальные сети – отличная площадка для освещения фондов библиотеки. С помощью разных рубрик можно привлечь внимание подписчиков к литературе, порекомендовать книги и поделиться разными интересными фактами.

В еженедельной рубрике **«Краеведческие интересныености»** мы делимся с подписчиками интересными изданиями отдела краеведения. Публикация состоит из фотографии, названия книги и небольшого отрывка из неё.

Под названием **«Редкий фрагмент»** выходит рубрика, в которой представлены книги сектора редких изданий, депозитарного отбора и хранения документов отдела хранения основного фонда. Публикация включает в себя страницы из таких книг, описание, отрывки, интересные факты и другую информацию.

Примеры публикаций рубрик «Краеведческие интересныености» и «Редкий фрагмент»



Подобным образом периодически мы публикуем рекламу книг всех отделов библиотеки, размещаем развле-

кательный контент, запускаем другие рубрики («Где логика?», «Не книжные вопросы» и т. п.), делимся информацией о новых поступлениях. Важную роль в публикации играет прикрепленное изображение. Мы стараемся делать фотографии и картинки для рубрик сами. Уникальные изображения привлекают внимание, а также с помощью этого мы соблюдаем стилистику рубрик – многие из них узнаваемы, отличаются от других определенным дизайном.

Примеры других публикаций



Публикации, не содержащие изображения, видео, имеют более низкие показатели вовлечённости, получают меньше реакций по сравнению с публикациями с иллюстративными материалами. Все наши публикации сопровождаются изображениями или видео. Дизайн публикаций играет немаловажную роль. В библиотеке проходит множество мероприятий, заседаний клубов, для каждого из которых мы создаём удобные уникальные и стильные афиши. Анонсы мероприятий – неотъемлемая часть работы в социальных сетях, проводя большое количество времени в приложениях, пользователи имеют возможность видеть наши афиши без перехода на сайт. Современный дизайн, привлекательная графика имеют значение для создания позитивного имиджа библиотеки.

Примеры дизайна афиш



Важно уделять внимание фото-, видеоотчётам с мероприятий, с помощью которых возможно привлечь новых участников. Во-первых, имеет значение их качество, во-вторых – подписи. Как уже отмечалось, стиль статей в социальных сетях отличается от стиля статей на сайте. Статьи в социальных сетях характеризуются краткостью, неформальным стилем, отсутствием канцеляризмов и официоза. Следует отдать предпочтение публицистическому стилю и даже элементам разговорного.

Вовлекать подписчиков в диалог можно с помощью вопросов по теме публикации или постов, призывающих к обсуждению. Следует не забывать отвечать комментаторам от лица сообщества, тем самым показывая, что его мнение важно.

Пример публикации-обсуждения

Экранизация какой книги просто идеально отражает сюжет?

Частенко, когда речь идет об экранизациях слышится что-то вроде "книга и фильм - это разные произведения" и т.п.
Но, наверняка все-таки существуют идеальные экранизации с идеальным отражением сюжета!

Поделитесь в комментариях, обсуждайте, спорьте, найдите истину!



#НЕ_линейные_вопросы

Перечисляете ли вы через время книги, которые читали ранее?



«Новости от Крупской» – информационно-развлекательная рубрика, которая выходила в наших социальных сетях в 2020 г. В еженедельных стилизованных видеовыпусках зрителям предлагалось узнать, о чём писали местные газеты 50 лет назад. Также в выпусках подавались анонсы ближайших мероприятий библиотеки.

Кадры из видеороликов рубрики «Новости от Крупской» и мастер-класса по уходу за домашней библиотекой



Важны и литературные проекты. Один из таких – **«Юбилей писателей и поэтов 2020»**, целями которого являются популяризация фонда библиотеки, привлечение внимания к писателям и поэтам-юбилярам 2020 года, их произведениям. Одно из направлений реализации проекта – съёмка, монтаж и размещение видеороликов, включающих в себя краткую информацию о юбиляре, декламацию фрагментов из произведений юбиляров, а также приглашение посетить библиотеку и взять книги автора. К участию

в проекте были привлечены все отделы библиотеки, мы публиковали видео с участием наших сотрудников.

*Кадры из видеороликов проекта
«Юбилей писателей и поэтов 2020»*



В целях продвижения деятельности библиотеки, книг и чтения в социальных сетях, сотрудники библиотеки им. Н.К. Крупской постоянно принимают участие в разнообразных акциях, запускают флешмобы и т.д. Подобные публикации стабильно набирают больше лайков, репостов, просмотров и комментариев, чем другие.

В апреле 2020 г. сотрудники библиотеки имени Н.К. Крупской приняли участие во всероссийском **«Скучающем флешмобе»**, который в связи с карантином запустил Красноярский драматический театр имени Пушкина. Работники театров, музеев и библиотек подхватили акцию и фотографировались с табличками «Никто не...», чтобы рассказать посетителям о том, как их не хватает в учреждениях культуры. Первой в Донецкой Народной Республике эстафету запустила наша библиотека. Публикация с фотографиями набрала немало лайков, просмотров и комментариев от наших пользователей, мы получили отклик и убедились, что читатели остаются с нами и в таком режиме работы.

Участие библиотеки им. Н.К. Крупской в «Скучающем флешмобе»



Мы передали эстафету музыкально-драматическому театру им. М.М. Бровуна, сотрудники которого также показали, как скучают по зрителям. Далее эстафету приняли другие учреждения культуры, а об акции рассказали в телевизионной программе о культурной жизни Донецкой Народной Республики «АРТ коктейль». Съёмочная группа передачи не осталась в стороне и решила принять участие во флешмобе.

Фотографии для «Скучающего флешмоба» участников из ДНР



Также мы запустили сетевую акцию-флешмоб **«Встречают по обложке»**. Любая книга отражает и преобразовывает реальность, и мы решили показать это наглядно. Мы пригласили к участию все библиотеки ДНР, предложили сделать и опубликовать фотографии с книгами, на которых окружающая среда является продолжением книжной обложки (или книжная обложка – продолжением

реальности). К акции присоединились более 30 библиотек, сотрудники проявили творческий подход к работам и поделились ими с подписчиками, всего мы получили около 250 креативных фотографий.

*Примеры фотографий акции-флешмоба
«Встречают по обложке»*



«Большой литературный челлендж» мы запустили для наших пользователей. Мы предложили сделать фотографии с книгами и поделиться ими в комментариях. К челленджу присоединились наши активные пользователи. Обратная связь – очень важное звено, благодаря которому мы понимаем, что интересно нашим читателям, и можем познакомиться с ними ближе.

*Фотографии участников
«Большого литературного челленджа»*



Подобные флешмобы и акции помогают выстроить имидж современной и креативной библиотеки, привлекают внимание подписчиков, что подтверждают их отклики в социальных сетях.

2020 год был объявлен Годом Великой Победы в Донецкой Народной Республике. В рамках празднования 75-летия Победы в Великой Отечественной войне в наших социальных сетях реализовывались несколько проектов.

«Золотые Звёзды Донбасса» – ежедневная рубрика нашей библиотеки, которая была реализована в прошлом году. Каждый пост рубрики включал в себя тематически оформленную фотографию, рассказ о Героях Советского Союза, их подвигах, ссылку на источник – издание, с которым можно познакомиться в отделе краеведения библиотеки. Цель рубрики – знакомство подписчиков с нашими земляками-героями, воспитание патриотизма. Рубрика получила отклик, многих заинтересовала литература, а также были комментарии подписчиков, узнавших своих родственников: некоторые добавляли свои факты, некоторые просили написать об их родственниках.

Примеры публикаций рубрики «Золотые Звёзды Донбасса»



Под девизом «Всё для фронта! Всё для Победы!» был реализован проект «*Донбасс: 1941-1945 в цифрах и фактах*», в котором в формате видеоролика рассказывалось о том, что происходило в Донбассе каждый день во время войны. Благодаря этому проекту можно узнать о том, когда, как и где наши земляки проводили военные операции, о работе тыла и на передовой. Стоит отметить, что проект был инициирован Министерством культуры Республики, поддержан Правительством Донецкой Народной Республики и транслировался на республиканских телеканалах.

Рубрика «*Страницами Победы*» предлагала подписчикам ознакомиться с фондовой литературой о Великой Отечественной войне в формате буктрейлеров.

*Примеры публикаций проектов
«Донбасс: 1941-1945 в цифрах и фактах»
и «Страницами Победы»*



46 просмотров · Нравится chupa.chu.7 и nata_vilivna
biblioteka_krupskoy 20 апреля 1945 - в 13:50 советскими войсками был открыт огонь по Берлину, положив начало историческому штурму столицы фашистской Германии.
Донбасс: 1941-1945 в цифрах и фактах
Все для фронта! Все для Победы!



48 просмотров · Нравится svetlana_chobotova и agafonov1993
biblioteka_krupskoy К Году Великой Победы в ДНР библиотека имени Крупской предлагает вашему вниманию рубрику "Страницами Победы".

Некоторые проекты были реализованы и продолжают реализовываться совместно с другими библиотеками ДНР и РФ, что позволяет привлечь внимание к библиотекам большого количества людей со всех уголков Республики и России. Также подобные проекты позволяют налаживать контакты, знакомиться с коллегами для дальнейшего сотрудничества. В январе стартовала акция-флешмоб «Как с обложки», в которой мы предложили нашим коллегам найти книги с интересными обложками в фонде своей библиотеки и повторить их. К флешмобу присоединились около 55 библиотек из ДНР и 175 библиотек из РФ. Также эстафету подхватили пользователи. Мы получили огромное количество работ, некоторые подборки публикуем у себя в социальных сетях. Всем участникам будут разосланы сертификаты.

Примеры фотографий акции-флешмоба «Как с обложки»



Социальные сети имеют множество преимуществ: возможность неформального общения с читателями, получение обратной связи, оперативность, широкое распространение информации, большое количество возможностей для презентации материалов, рекламы услуг и т.д. Для размещения сообщений по плану в социальных сетях предусмотрены механизмы отложенной публикации контента, эта функция очень удобна. Важно не перегрузить подписчиков количеством публикаций, поэтому стоит создать план и следовать ему, загружая посты с определённой периодичностью (например, раз в 2 часа). Это поможет систематизировать работу.

Можно сделать вывод, что социальные сети – отличное место для выражения креативных идей библиотекарей, которое также имеет неограниченные возможности для рекламы учреждения. Созданные группы в социальных сетях будут эффективны для создания позитивного имиджа библиотеки в том случае, если в них публикуется качественный, разнообразный и интересный контент и наблюдается обратная связь с пользователями.

Не превращаться в тыкву

Кадровые проблемы, неактуальное профильное образование, скромные позиции в рейтинге заработных плат – это глобальные факторы, прямо или косвенно влияющие на имидж библиотекарей, самих учреждений и отрасли в целом. Но на них отдельно взятый человек или библиотека повлиять не могут. Зато они могут закрыть все остальные «линии фронта» и преуспеть. Надо лишь посмотреть на себя со стороны, признать свои проблемы и захотеть измениться.

Фурия вместо феи

В библиотеке, где сейчас работаю, я провела детство и юность – с 1983 по 2000 год. В нежном возрасте, прошедшем между стеллажами и в «помощи» маме – заведующей отделом, библиотекари были для меня прекрасными феями, которые молниеносно могут найти книжку хоть про что. В студенчестве – снова феи, только уже феи-спасительницы на все случаи вузовской жизни. А потом прошло 15 лет, и многие феи превратились в тыкву, увы. Потому что одни безнадежно застряли в ушедшей эпохе, а другие, куда более молодые и пришедшие на работу уже в 21 веке, старательно берут с них пример. И без магического кристалла можно видеть, что в глазах современной молодежи эти библиотекари – отнюдь не феи. Они фурии. Конечно, это применимо отнюдь не ко всем: как в старом составе, так и в «свежей крови» есть максимально клиентоориентированные специалисты и звезды, которые манят своим светом и способны зажечь любого скептика из отряда диванных экспертов формата «а что в библиотеки еще кто-то ходит?». Но, как в нашей библиотеке, так и в других регионах я вижу, что таких – в лучшем случае 80%. А значит, немалая часть библиотекарей каждую минуту своего

рабочего времени наносит имиджу учреждения и библиотеке как институту ущерб, который не перекрыть самыми фееричными PR-проектами, активностью в социальных медиа, фирменным стилем и даже шикарным комплектованием. Да ничем! Потому что когда человек, вдохновившись заманчивыми «витринами» в информационном пространстве приходит в библиотеку, его встречает и обслуживает не фирменный стиль, не обложка и не привлекательная картинка в Инстаграм, а реальный человек, который часто не соответствует ни ожиданиям, ни потребностям.

...и думать о красе ногтей

Когда товарищ Сталин сказал сакраментальное «Кадры решают все!», он, конечно, не имел ввиду внешний вид этих самых кадров. Между тем, в библиотеке это – важно, даже если твоя работа протекает преимущественно вне клиентских зон. Проплывающая через холл дама с неряшливой «дулей» или в шлепанцах, надетых на носки, оскорбляет чувство прекрасного. Обслуживание читателя при полном отсутствии даже намека на маникюр у особо чувствительных отторгает желание брать книгу в руки. И тренд на бодипозитив здесь ни при чем: некоторым просто почему-то кажется, что человека и специалиста в них просто обязаны ценить вне зависимости от внешнего вида. О, да, он вторичен. Но не настолько же! Скажу в русле Капитана Очевидность: уважающий себя человек не позволит себе выйти в люди в недостойном виде. Неужели библиотекари себя не уважают? По большей части еще как уважают, просто хромает чувство стиля и нет в системе ценностей пункта «выглядеть хорошо». Между тем, чувство прекрасного (в части внешности, как минимум) обострено у молодежи, возвращенной в реалиях мира Инстаграм и с пеленок знающей, как и чем за собой ухаживать, что с чем сочетается, а что – полный отстой. Так вот, коллеги: некоторые из нас в глазах самой перспективной категории чи-

тателей – полный отстой с точки зрения внешнего вида. И дело не в том, что мы одеты не в крутейшие бренды. Дело в самом нашем подходе в презентации себя во внешнем мире. У многих никогда не было нужды презентовать себя, мы не умеем этого делать, и не считаем это нужным. Однако «в человеке все должно быть прекрасно» и «быть можно дельным человеком...», – помните классику, да? Если вам чужды блоги стилистов, мастер-классы и советы экспертов (или хотя бы коллег) – воспользуйтесь тем, с чем вы работаете – книгой. В фондах библиотек точно есть издания по стилю «от и до». Грех отринуть ресурс, который у тебя «вшит в заводские настройки» и ради которого даже не нужно совершать особых действий, куда-то идти. Но часто аргумент «я и без этого человеком стала, высшее образование получила и двоих детей в люди вывела» не прошибаем.

Богиня храма просвещения

Многие библиотекари формировались в профессии в тучные годы 20 века, когда читатель был для них, а не наоборот. Читатель стоит в очереди за вожделенной книгой, он нуждается в твоей благосклонности в виде оставленной на бронеполке книги, он готов на все, лишь бы ты дал именно ему книжку на ночной абонемент, – а ты практически богиня. Хранительница намоленных стен храма просвещения, не иначе. И если большая часть богинь своим могуществом гордилась, но не злоупотребляла, то некоторые сформировали в себе комплекс вахтера. И вот если в те годы комплекс работал, то сейчас попытка отработать командный голос на читателе в плюс не идет. Насколько я могу судить, таких «вахтеров» остались в библиотеках единицы. Но если такая единица вдруг не сидит в недрах храма просвещения, а встречает пользователей – это беда. Молодежь четко реагирует даже на малейший признак некорректного поведения, и как бы интеллигентно мы ни хамили, это не делает нам чести и не работа-

ет на лояльность аудитории. Да, работники сферы культуры всеми способами отрешиваются от родства со сферой услуг. Но клиентоориентированность, даже в мелочах, вроде коммуникации при оформлении читательского билета, – это то, что точно роднит данные сферы. Для тех, кто не знал: пользователь нынче главный. Он выбирает место для просвещения и интеллектуального досуга. Он – наш клиент, от которого зависит принципиальное существование храма просвещения. И если ты хочешь быть востребованным, необходимо слезть с пьедестала и для сохранения и развития своего храма научиться делать то, что, возможно, никогда не делал, – или признать, что пора уходить – вдали от клиентских зон или вовсе из библиотеки.

«Пережитки прошлого», будучи нередко руководителями подразделений, естественным образом подбирают себе сотрудников и лепят их по образу и подобию – и мы получаем продолжение деструктивного тренда. Дабы пресечь это на корню, нужно трезво подходить к вопросам кадровой политики в учреждении. О, да, порой не на кого заменить богиню (или ой, как страшно это делать). Но тут либо вы решаете тактические задачи, либо стратегические.

Продажи – это про нас

Уверена, что в других сферах также немало кадров, создающих проблемы имиджу. Но большинство из них – суть коммерческие, и никакой собственник не будет долго терпеть деструктивную единицу, потому что во главе угла – лояльность аудитории и востребованность – продажи. В культуре многие до сих пор ханжески морщат нос и отрешиваются даже от заковыченного слова «продажи», под которыми понимаются книговыдача, прирост читателей, посетители мероприятий. Но мы с вами – люди культурные и созданы хранить и нести свет знаний, как можно ставить это на одну планку с торгашами?! А вот и можно. У нас есть рынок сбыта – местное население подходящего возраста. И если в глазах этого рынка библиотеки нет в

принципе или она не конкурентна, мы банкроты. Отсутствие востребованности храма просвещения в обществе – это не только и не столько недотянутые цифры госзадания – со статистикой все мы обращаться умеем и отлично мастерим нужные данные. Нет. Отсутствие востребованности – это реальная картина, когда на ваше мероприятие приходит 5 человек, а не 100. Когда к вам по собственному желанию не записываются подростки. Когда нет повторных продаж. Ой, простите, посетителей. Безусловно, не одного имиджа это проблема: библиотека конкурирует за свободное время человека с торговыми центрами, кинотеатрами, множеством курсов и тренингов, электронными ресурсами, наконец. И вот парадокс: в этой конкурентной битве библиотека проигрывает всему этому, хотя у нас есть уникальное торговое предложение. Ой, простите – просто уникальное предложение: бесплатность. Почему люди готовы платить кому-то за то, что библиотека может дать просто так? Либо они о вас не знают, – и это вопрос информационной политики организации, либо они вас знать не хотят, – а вот это уже вопрос имиджа.

И так сойдет

Итак, вопрос первый – информационная политика. Открытость библиотеки обществу, ее готовность к взаимодействию, PR – важнейшие штуки, способные скорректировать или обеспечить определенную почву для формирования имиджа. Библиотеки, гордо позиционирующие себя информационными центрами, – вам и карты в руки, да? Однако посмотрим на сайты друг друга. Или паблики в социальных медиа. Автор этих строк несколько раз в году проводит курсы обучения библиотекарей и для актуализации изобразительного материала вынужден мониторить активность в интернете как региональных библиотек, так и муниципальных. Так вот: до информационной привлекательности нам с вами ох, как далеко. Не всем, конечно, но большинству. Не стану устраивать разбор полетов сайтам:

это тяжелые штуки, которые для адекватного качества требуют больших денег, а у библиотек их нет, так что мастерим феерию «на коленке». Но вот социальные медиа – иное. Здесь есть все, чтобы разгуляться и показать полный набор наших богатств в лучшем виде, это шикарный маркетинговый инструмент, способный творить с имиджем библиотеки чудеса. НО. Учиться работать в этой индустрии мы не хотим: принцип Вовки из Тридевятого царства «и так сойдет» нам, видимо нравится, и мы не замораживаемся ни контентом как таковым, ни формой его подачи, ни конверсией («а что это?», – спросят минимум 30% читателей этих строк). А даже если учиться мы хотим, то в большинстве библиотек нет отдельного человека под внешние коммуникации, и библиотекари выкраивают жалкие минутки от рабочего времени на заполнение пабликов. И тут снова вопрос к мирозданию в облике руководства библиотекой: вам шашечки или ехать? Если ехать – то необходимо изыскивать резервы или создавать их. Например, в штате ЦБС может быть специалист, работающий на всю систему. И учиться! Ибо нежелание осваивать новое – это один из самых страшных грехов в библиотечной отрасли. Мы, находясь в средоточии информации, яростно закрываем глаза на компетенции, которые необходимы для работы. Это давным-давно библиотечного образования хватало для того, чтобы стать гуру в этом деле. Но образование уже как минимум лет 20 не обеспечивает нам половину нужных компетенций: в институтах культуры не учат даже азам из смежных отраслей, пресловутые soft skills в системе вузовской подготовки библиотекарей и вовсе кажутся кощунством, так как кроссфункциональны и надпрофессиональны, и научить этому по методичке времен СССР нельзя. Но мы же с вами сидим на книгах. На электронных ресурсах. Может, начнем ими пользоваться? И тогда процент действительно актуальных для современной библиотеке специалистов будет выше. Но если ваш

выбор, как у упомянутого выше Вовки – тогда с глубокой обидой ждите, когда ваше учреждение признают не нужным и вы станете отличным отрицательным ответом на сакраментальный вопрос «а что, в библиотеки еще кто-то ходит?». Постоянное обучение – реальность современного мира, и потребность в нем, если изначально отсутствует, необходимо прививать, пестовать. Только если библиотекарь будет находиться в постоянном процессе совершенствования, он будет актуален и, меняясь сам, будет менять пространство вокруг себя, – и это неизбежно даст свои плоды на имиджевом поле.

Вещь в себе

Вопрос второй – имиджевый: люди не хотят вас знать. Они в курсе, что библиотека существует и, вероятно, имеют представление о том, зачем. Они увидели классный пост в вашем паблике, заинтересовались и пришли. Но второй раз повторять этот опыт не стремятся. А все почему? Потому что мы не были опрятными. Клиентоориентированными. Компетентными. Ваши сотрудники всегда улыбаются читателю и здороваются? Всегда готовы терпеливо помогать «тупому» читателю, почему-то не понявшему вашу систему расстановки книг или фразу «ищите по ББК»? Умеют решать конфликты и гасить их? Способны ли они дать рекомендацию читателю, если он растерялся и не знает, чего хочет? Быстро ли обслуживают читателей, если в очереди аж двое (привет вам, 80-е и 90-е, когда очереди к кафедре исчислялись сотнями людей!) и могут ли предложить альтернативные варианты, если не срабатывает привычный? Или ваши сотрудники, как Кощей, лишь чахнут над богатствами библиотеки и не способны превратить их в эффективные инвестиции? Оставаясь «вещью в себе», библиотекари и библиотеки обесцениваются в глазах общества (хотя, кажется, куда ж еще). И не надо думать, что этот вот читатель, который ушел недовольным, не общество. Он ушел, написал гневный пост в Инстаграм

– и все, о нашей косности/грубости/некомпетентности и далее по списку знает общество. Но это работает и наоборот! Представитель бесценной для нас аудитории – скажем, парень лет 20, написал у себя в аккаунте, что «библиотека ваше прикольная и всем рекомендую, реально», – и вы получили бонусом всю его аудиторию в качестве потенциальных пользователей. Круто? Еще как! Но это если вы понимаете, зачем вы нужны сейчас, в 21 веке. Если хотите быть нужными. Если гордитесь своей профессией и стремитесь к повышению ее статуса.

Что-то героическое в этом есть

Все мы видели фильмы про полицию. Там персонаж какой? Не идеальный, но отважный и победит зло, не смотря ни на что. Та же песня с врачами. Героические же профессии! И даже если скромные зарплаты, – героизм все искупает, и в глазах общества образы этих людей куда круче, чем образ библиотекаря. Ну, какой из него герой? Открываем любую книгу, смотрим любой фильм, где случайно затесался библиотекарь – и видим одинокое, с изрядными «тараканами» в голове существо, почти всегда не слишком привлекательное внешне, с массой комплексов. Исключения, которые приходят на ум – героиня фильма «Мумия» и персонажи романа «Дарующий звезды». Но исключение, как известно, только подтверждает правило, основанное на вековых стереотипах. Продолжаем «линию партии» или попробуем меняться? Конечно, на изменения уйдут десятки лет и, возможно, как в случае с гражданами, очень давно блуждавшими 40 лет по пустыне, – должны сначала естественным образом уйти поколения, которые переделать невозможно. Но просто тихо сидеть за кафедрой в ожидании светлого мига – не вариант, надо что-то делать прямо сейчас, каждому из нас и каждый день. Что? Понять «зачем», пересмотреть свое позиционирование, начать учиться, – и в том числе учиться искусству самопрезентации, быть звездой. Глядя на которую любой чита-

тель (а еще, вдруг, потенциальный сотрудник) посмотрит и скажет: «а библиотекари-то нынче – огонь!». Как этому научиться, что для этого нужно? Прежде всего, четкое понимание целей и готовность меняться, – а она, пожалуй, едва ли не самое сложное в библиотечной работе. И тогда инструментарий найдется практически сам. Можно привлечь родимый институт культуры – там найдутся те, кто способен научить пластике движений, технике речи, основам театрального мастерства. В нашей библиотеке есть штатные специалисты с соответствующим образованием и компетенциями, и под их руководством в рамках Литературного театра, который работает при библиотеке уже 5 лет, развитием нужных навыков занимаются сотрудники многих отделов. Не все выходят на сцену в постановках театра. Но все начинают блистать в обычной работе. Кто-то быстрее, ярче, интереснее. Кто-то приближается к термину «огонь» значительно медленнее. Но это все равно прогресс!

Как вы считаете, есть в вашей профессии что-то героическое, есть ли место подвигу? О, да, мы не боремся с пламенем, преступностью и смертью, на завоевываем океанские глубины и космос. Значит, ничегошеньки героического? Пока мы сами не осознаем, что в нашей профессии такого, в произведениях искусства это не появится, профессия не станет заметной в обществе. А без такой поддержки в глобальном смысле нам будет сложно. Начинаем с малого: со СМИ своего региона и социальных сетей, где героический образ библиотекаря вполне можно насадить, осветить и усилить. Расскажите и покажите, с чем вы работаете, и что это значит для общества или какой-то его части. Объясните простыми словами и эффектными картинками, как это сложно. Вы сделали ремонт? Отлично. А вы показали, какой кровью он дался? Скорее всего, нет. А ведь тут, как говорил герой фильма «Тот самый Мюнхгаузен», «я не скажу, что это подвиг, но вообще что-то герои-

ческое в этом есть». Покажите это вашей аудитории, докажите. И за несколько лет системной работы в этом направлении вы увидите, как многое способно измениться.

Посмотреть на себя со стороны

Ключевая тема книги Виталия Губарева «Королевство кривых зеркал» – умение посмотреть на себя со стороны. И сделать выводы. Сказка старая, а актуальности не теряет. Посмотреть на себя со стороны библиотекарям, да еще и российским, крайне сложно – глубоких исследований по теме нет, пара научных работ имеется, но и те построены во многом на зарубежной аналитике. Как быть? Анализировать самим. И пусть данные будут далекими от научности, – это все же лучше, чем ничего. Увидеть себя глазами пользователя – бесценно, это волшебным образом заставляет снять шоры. Часто это болезненная процедура, но эта боль во благо. Смотрите, что пишут о вас пользователи в соцсетях, анализируйте тональность этих материалов. Сами забрасывайте им острые темы, – пусть развлекутся в комментариях. Опрашивайте лидеров мнений в разных сегментах вашей аудитории, засылайте «тайных покупателей», которые, не щадя ничего и никого, дадут полный разбор полетов по результатам своих визитов в ваш храм просвещения. И не торопитесь вставать в позу и защищать честь мундира: увы, в весьма существенной части случаев негатива этот самый мундир мы сами радостно опозорили. Просто не понимаем этого. Пользователи – сиречь, общество, с удовольствием скажут вам, что нуждаются не в пассивных хранителях, а в активных ассистентах. Скажут, что им действительно важно в библиотеке (и это будет совсем не то, о чем вы подумали) и чего не хватает (и это не всегда кощунство и бред). Они чему-то научат – совершенно бесплатно. И оценят вашу заинтересованность, особенно если увидят последующие изменения, – даже если они будут точечные (главное, не забыть об этом рассказать миру). В итоге библиотека если не яв-

ляется в полной мере актуальной запросам общества, то хотя бы общество видит, что библиотека к этому стремится. Поверьте, это важно.

Монетизация неосязаемого

Каждый ваш шаг, любое действие так или иначе оказывает влияние на имидж – ваш собственный, как специалиста, вашего учреждения и отрасли в целом. И если вы не займетесь имиджем, он займется вами, – и уничтожит. А посему пассивный вариант развития формата «Инфузория тифелька» стоит отринуть и выступить активным игроком, взяв свой имидж в свои руки. Будет больно и сложно. Придется кромсать по живому и выходить на нехоженые тропы (правда, не хоженые они только библиотеками, но если забыть про кощунство и посмотреть на сферу услуг...). Придется сначала убедить самих себя в своей значимости, – иначе общество этой мыслью не заразить. Но любой шаг в этом направлении, кроме боли, будет приносить результат. Он станет виден не сразу, – это стратегическая работа. Однако любые актуальные изменения будут понемногу умножать бесценный капитал – имидж. И он только кажется эфемерным. Во-первых, он ощутимо улучшает реальные показатели посещаемости, книговыдачи и пр. А еще опыт «Шишковки» показывает, что имидж даже в сфере культуры можно определенным образом монетизировать, ибо, если ты звучишь «из каждого утюга» и все информационное пространство, от офсайта региона до инста-аккаунта средней руки блогера, звенит вашим именем (и вот тут не работает принцип «любой PR хорош, кроме некролога», тональность «звона» должна быть положительной!), вас видят потенциальные партнеры, которые могут поддержать ваши проекты. Сначала у ежегодного краевого фестиваля книги «Издано на Алтае» был один партнер. Потом 6. А сейчас их 23. И все они выражены в деньгах. Думаете, бизнесу в экономически-депрессивном Алтайском крае некуда деньги девать? Есть куда. Но уча-

стие в проекте библиотеки престижно. Смекаете? Ну и, конечно же, чем громче вы звучите в эфире, тем лояльнее к вам вышестоящее все. А это не только финансирование, но и организационно-административные пряники, которые выдаются охотно только тем, кто способен лучше отработать инвестиции/кто больше интересен обществу.

Имидж – это не статус и не репутация. Это феноменальное явление, сплетенное из рационального и иррационального и коренящееся в головах членов общества, – и библиотекари также являются членами этого общества. Наш с вами социокультурный облик – залог существования отрасли и ее статуса, жанра, в котором мы выступаем сейчас и будем (ли?) выступать впоследствии. Имидж – штука подвижная. Так что давайте ее двигать во имя себя. Иначе трагедия превратится в фарс и бесславно окончится. Не откладывайте на потом: не позволяйте феям и будущему библиотеки превращаться в тыкву.

Т.Ю. Гизуля

Библиотека Ленина. Переагрузка
*(имидж библиотеки как основа её успешной
деятельности)*

Сегодня библиотеки оперативно откликаются на все вызовы, которые предлагает современный ритм жизни и общество. Современные библиотеки являются одним из ключевых элементов новой городской среды. В «умном городе» библиотека становится общественной креативной площадкой, а ее дизайн должен соответствовать уровню лучших городских пространств.

Имидж библиотеки складывается из целого ряда деталей. И обновление пространства, – создание стильного, современного, привлекательного для горожан места,

где можно интересно и легко провести свое свободное время в общении с культурой, – это один из шагов формирования нового образа библиотеки.

2019 год для Петроградской стороны Санкт-Петербурга ознаменовался запуском масштабного проекта реконструкции библиотеки им. В. И. Ленина, одной из самых крупных и популярных библиотек в Петроградском районе. Ежедневно библиотеку посещало свыше 250 человек, проводилось по 2-3 обучающих и культурно-просветительских мероприятия. И, конечно, пространство библиотеки давно требовало изменений.

«Перезагрузка» библиотеки Ленина – это уникальный для нашего района пилотный проект модернизации библиотечного пространства. В рамках выполнения работ по модернизации было проведено полное обновление инженерных систем, сетей, отделка помещений, комплексное оснащение новейшим оборудованием, мебелью. Технологически библиотека отвечает высочайшим стандартам безопасности, экологичности и доступности. В результате реконструкции библиотека стала доступной для людей с ограниченными возможностями здоровья по принципу разумного приспособления. Расширен режим работы библиотеки, которая доступна для пользователей в режиме 12 на 7, т.е. открыта все семь дней в неделю с 9.00 до 21.00.

Библиотека Ленина предстала новейшим информационно-библиотечным комплексом и культурно-досуговой площадкой для жителей Петроградского района и Санкт-Петербурга. И ранее пользующаяся популярностью, библиотека после реконструкции стала местом притяжения еще более широкой аудитории – как молодежи и молодых семей, так и старшего поколения.

После реконструкции в библиотеке реализована программа «доступная среда»: она оборудована двусторонним пандусом для беспрепятственного доступа в библиотеку маломобильных групп населения, туалетом для

людей с ограниченными возможностями, библиотека оснащена индукционной петлей для слабослышащих людей, размещены тактильные таблички и мнемосхема для слабовидящих.

Пространство библиотеки полностью видоизменилось: холл дополнился возможностью самостоятельного экспресс-обслуживания, абонемент стал двухэтажным, появились детский уголок, арт-гостиная со сценой, медиазал с современным компьютерным оборудованием, конференц-зал и коворкинг.

Интерактивная навигация по пространству библиотеки с использованием мультимедийного оборудования и технологий дополненной реальности позволило библиотеке стать частью цифрового будущего. Среди технических новшеств, предусмотренных в работе обновленной библиотеки: выставочная система с использованием дополненной реальности, система бронирования книг с доступом по электронному билету, автоматизированная камера хранения с функцией подзарядки мобильного телефона, интерактивная карта исторического наследия «Петроградский район», сенсорный киоск для читателей с возможностью самостоятельной выдачи и возврата книг, онлайн-трансляции мероприятий. Пользователям библиотеки стали доступны технологии трехмерного моделирования и печати, технологии виртуальной реальности и геймификации.

Повышению комфортности среды пребывания пользователей способствуют такие, казалось бы, мелочи как:

- создание в холле единой зоны экспресс-обслуживания пользователей (запись в библиотеку, справочное обслуживание, консультирование по услугам и продуктам библиотеки, платные офисные услуги);
- максимальное открытие библиотечного фонда для свободного доступа и выбора;

- появление станции самообслуживания – существенная экономия времени;
- появление многофункциональной автоматизированной полки: шкаф с ячейками, которые открываются электронным читательским билетом. Часть ячеек выполняет функцию камеры хранения с устройством для подзарядки мобильного телефона и иных гаджетов, часть используется как полка бронированных изданий: в ячейку ставятся книги, которые пользователь удаленно забронировал и программируется на открытие именно его читательским билетом.
- бесплатный доступ к полнотекстовым базам данных, в том числе дистанционный;
- регулярные новые поступления книг сопровождаются выпуском библиографического указателя с перечнем всех поступивших новинок с аннотациями, который выходит в печатном и электронном формате;
- появление детского уголка и пеленального столика;
- организация комфортных читальных зон;
- установка системы трансляции: мероприятия транслируются на канал YouTube, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и в период пандемии
- организация в библиотеке зоны бесплатного коворкинга – для самостоятельной и групповой работы пользователей над проектами

Главная идея «перезагрузки» библиотеки – привлечь в библиотеку молодых людей, не потеряв при этом более зрелого читателя. Стать местом, куда люди хотят прийти, чтобы провести свое свободное время в общении с книгой и друг с другом. Для общения в библиотеке организованы специальные пространства, не заставленные книжным фондом. После реконструкции средняя посещаемость

библиотеки в день составила 400 человек. Количественные показатели – посещаемость, выдача книг – после обновления увеличились, но не только это главное. Нам важны качественные перемены. Изменилось наше собственное ощущение библиотеки. Пришли молодые сотрудники, с горящими глазами, с драйвом, с желанием придумывать и реализовывать новые проекты. Им комфортно и интересно работать в обновленной библиотеке. И это тоже влияет на имидж библиотеки.

Библиотека всегда работала в диалоге с читателем, ориентируясь на его потребности и запросы, оперативно реагируя на новый социальный заказ. Еще до начала ремонтных работ нами было проведено социологическое исследование, в рамках которого жителей района и пользователей библиотеки спрашивали о смене названия библиотеки. Абсолютное большинство высказалось за сохранение имени Ленина. Письма с требованиями сохранить имя библиотеки приходили и на адрес нашего учредителя. Мы были крайне удивлены, но услышали наших пользователей. Заранее была продумана концепция библиотеки и её новый дизайн.

Концепция «Литература. Люди. Ленинград», в рамках которой вся деятельность библиотеки, во-первых, книгоцентрична, во-вторых – ориентирована на человека и общение, как в процессах библиотечного и информационного обслуживания, так и в культурно-событийной деятельности. Третья составляющая концепции «Литература. Люди. Ленинград» – слово «Ленинград» – отсылает нас отчасти к имени библиотеки (библиотека Ленина), логотипу и эпохе, на которую пришлась большая часть истории существования библиотеки им. В.И. Ленина (основана в 1920 году). Но в тоже время петербурговедение – одно из приоритетных направлений работы, реализуемое в первую очередь экскурсионной деятельностью, организацией

встреч с известными и интересными персонами среди историков и знатоков Санкт-Петербурга.

Наиболее перспективным направлением всей краеведческой работы библиотек становится освоение виртуального пространства с целью продвижения краеведческих ресурсов. В 2015 году была начата работа по оцифровке материалов специализированного фонда и созданию полнотекстовой краеведческой базы данных «Петроградский район». А в 2019 году силами сотрудников СПб ГБУ «ЦБС Петроградского района» создается проект «Интерактивная карта исторического наследия «Петроградский район».

Карта – это кроссплатформенный масштабируемый проект, реализованный в формате интерактивной мультитач панели, расположенной в библиотеке, и формате официального Интернет-портала Учреждения, позволяющего подробно изучить достопримечательности Петроградского района удаленно: <http://karta.pr-cbs.ru:9000/>.

Интерактивная карта – это собранная фактографическая база данных объектов Петроградского района, име-



ющих историческое значение. Цель создания – представить наиболее полную фактографическую информацию об объекте, включающую историческое и современное название, адрес, краткую текстовую информацию, библиографический материал, фото или видеоматериал, систему ссылок.

Интерактивная карта является долгосрочным проектом, работающим на имидж района и на имидж библиотеки. В интерактивной карте Петроградской стороны используется нескольких слоёв: дома и судьбы, исторические памятники

и местности, образование и наука, необыкновенные достопримечательности, сады и парки, утраченная архитектура Петроградки.

Раздел «Петроградская сторона в годы войны и блокады» показывает расположение объектов пиктограммами, при клике на которые разворачивается краткая статья с фотографиями о жизни объекта в годы войны и блокады.

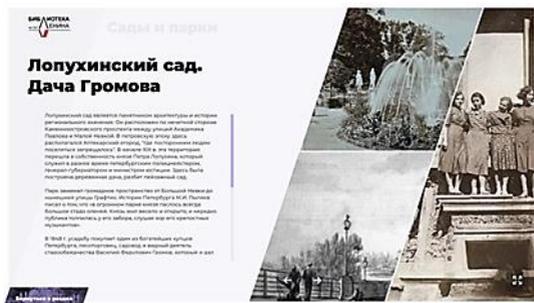
Разделы: «Дома и судьбы Петроградской стороны», «Необычные достопримечательности», «Сады и парки», представляет достопримечательности района; при клике на виджет объекта можно познакомиться с интересными фактами, ключевыми датами и личностями, связанными с историей этого места.

Раздел «Исторические памятники и местности» снабжен виджетами с аннотацией-рассказом о тех исторических местах и памятниках, рядом с которыми вы находитесь.

Раздел «Проекты развития Петроградской стороны» познакомит с проектами, реализация которых запланирована на территории района, позволит увидеть перспективы развития района в различных сферах: благоустройстве, строительстве и т.д.

Раздел «Утраченная Петроградская сторона» позволяет увидеть район таким, каким он уже не будет никогда: с исчезнувшими домами, храмами, стадионами и др.

Разделы «Образование и наука» и «Литература, искусство и культура» наглядно демонстрируют научный и обра-



зовательный потенциал Петроградской стороны, получивший активное развитие в XX веке, как район становится мощным культурным и досуговым центром города.

Раздел «Спорт» представляет спортивные объекты района, считающегося центром физической культуры, спорта и здоровья.

Раздел «Островки детства» показывает занимательные и познавательные места района, предназначенные для детей.

Интерактивная карта представляет новый формат работы Централизованной библиотечной системы Петроградского района в области изучения и популяризации локальной истории. Мы уверены, что этот справочно-информационный ресурс способствует сохранению исторического контекста, формированию локальной идентичности её жителей и служит развитию территориального бренда Петроградской стороны.

В 2020 году специалисты библиотечной системы активно взялись за наполнение разделов карты «Петроградская сторона в годы войны и блокады» и «Памятники и мемориальные доски Героям Великой Отечественной войны».

Создание этих разделов Интерактивной карты – ресурс, в котором собрана история Петроградской стороны Ленинграда с 1941 по 1945 год. Карта – бесценный архив, уже вобравший в себя более 1000 материалов и фотографий. Ресурс стал незаменимым помощником в изучении истории родного города, патриотическом воспитании и историческом просвещении пользователей, сохранении исторической правды о Великой Отечественной войне.

Необратимый процесс информатизации общества характеризуется активным внедрением интерактивных средств обучения в разных областях. Проект Интерактивная карта позволяет создать уникальный справочно-информационный ресурс, способствующий сохранению и популяризации историко-культурного наследия Петро-

градского района, формированию и развитию краеведческих информационных потребностей, формирование единого информационного ресурса по краеведению Петроградского района.

Библиотека им. В.И. Ленина всегда на связи со своими пользователями и в социальных сетях, что тоже работает на имидж библиотеки в целом. Читатель может подписаться на любой удобный для него канал информации – на группу ВКонтакте (<https://vk.com/liblenina>), страницу в Instagram (<https://instagram.com/liblenina>) или Facebook (<https://facebook.com/liblenina>). Тут оперативно размещаются посты об изменениях в графике работы, правилах обслуживания, о проводимых выставках и мероприятиях, о возможностях подключения к электронным библиотекам. С помощью меню группы ВКонтакте пользователь может отправить запрос на продление книг, записаться на мероприятие, посмотреть каталог новых поступлений, ознакомиться с правилами обслуживания. Актуальные сохраненные истории в Instagram позволяют просматривать новые поступления, знакомиться с рекомендациями других читателей, интерьером библиотеки, афишей и мероприятиями.

В социальных сетях сотрудники библиотеки также принимают заказы на бронирование книг и обрабатывают их в течение часа, консультируют пользователей по самым разным вопросам. В комментариях к публикациям читатели могут оставить свои пожелания, предложения, рассказать, что их порадовало или огорчило при посещении библиотеки. Все отзывы обрабатываются сотрудниками, даётся развернутый комментарий, помогающий решить проблему, если она возникла.

На сегодняшний день практически весь контент, размещаемый в социальных сетях, работает на продвижение книги и чтения. Библиотекари регулярно делают обзоры и подборки книг, тематические лонгриды, проводят квизы и квесты, записывают аудиоподкасты, берут видео-

интервью у интересных представителей культурно-книжного сообщества.

У библиотеки есть свой брендбук, включающий логотип и фирменный стиль, в котором оформляются все анонсы, печатные материалы и видеоролики, которые создает библиотека. Элементы этого стиля постоянно встречаются в интерьерах, в сувенирной и полиграфической продукции библиотеки.

В конце 2020 года библиотека Ленина отметила свой 100-летний юбилей, и мы полагаем, что к этому времени нам удалось создать узнаваемый городской бренд, географический ориентир на карте Петроградского района. Работы в этом направлении продолжаются.

М.А. Максименкова

«Давайте знакомиться! Библиотекарь!»

«Давайте знакомиться, я библиотекарь...». Не всегда в ответ мы слышим слова: «Очень приятно! Может вы, посоветуете, что мне почитать!». В большинстве случаев люди отвечают: «А такая профессия еще существует?».

Она не только существует, но и процветает. Безграничное общение с людьми делает ее уникальной. Ведь действительно в библиотеку приходят люди разные: возраст, статус, род занятий, характер. Общение с людьми – это самая сложная сторона профессии. Ведь каждый читатель должен выйти из библиотеки с желанием вернуться.

Скептическое отношение идет от закрепленного ранее образа: тихая, застенчивая, невзрачная женщина, которая что-то пишет и выдает книги. И есть еще противоположный образ: напыщенная, смешная, вызывающе одетая и постоянно шипящая на читателей тетенька: «Соблюдайте

тишину! Вы в библиотеке!»). На самом деле библиотекарь во все времена являлся самым грамотным, образованным и трудоспособным человеком в обществе. Не каждому хватит терпения работать с таким количеством документов. Нужно иметь желание быть в постоянном поиске информации для людей. Документы нужно прочитать, проработать, разобрать и только потом преподнести читателю. Профессия библиотекарь не позволяла человеку много зарабатывать и это еще одна причина считать ее нереспектабельной. А людей этой профессии – чудаками.

Меняются библиотеки, читатели и конечно библиотекари тоже стали другими. Нам стало легче работать с документами и информацией благодаря техническому прогрессу. Сейчас библиотека – это место разных возможностей, идей, творческих проектов, в фондах не только книжные, но и электронные книги. Библиотекари же развивают свои способности в разных направлениях. Если сейчас задать вопрос на улице: «Опишите образ современного библиотекаря?». Я думаю, что не каждый человек справится с этим заданием. Для меня профессия библиотекарь – это образ жизни! Человек, который решил себя посвятить этой профессии, совершенствуется всю жизнь. Это ежедневный труд саморазвития вместе с читателем.

Имидж библиотеки зависит от того, какая жизненная позиция у коллектива. Современный библиотекарь не просто хранитель книг и информации, он является куратором новых открытий и идей.

**Социальные сети и новые медиа как средство
создания позитивного имиджа библиотечной
профессии**

Имидж библиотек, библиотекарей и в целом библиотечной профессии является сложным социокультурным феноменом, в котором в значительной степени присутствует так называемый нерукотворный элемент. На протяжении веков и даже тысячелетий имидж библиотечной профессии складывался стихийно и зависел от огромного количества обстоятельств социального, культурного, экономического и т.д. характера. История библиотечного дела тесно связана с историей культуры и цивилизации как таковой, представляя собой по сути не только всемирную историю библиотек как общественных учреждений, но и историю типов библиотек, а также историю борьбы библиотек за открытость для широкой публики. В современности, в эпоху переизбытка информации, а не ее недостатка как было на протяжении тысячелетий, библиотека представляет собой максимально открытое заведение, но при этом не находится в центре общественного интереса и внимания как во все предыдущие периоды.

Первым комплексным исследованием проблем библиотечного имиджа в России является работа М.Ю. Матвеева «Имидж библиотек как социокультурный феномен» (2009 год) [5]. В этой фундаментальной работе системно представлена картина имиджа библиотекарей и библиотек, методично собраны все стереотипы и т.д. В социальной психологии существует понятие каузальной атрибуции, которое изначально разрабатывалось австрийским психологом Фрицом Хайдером для когнитивной психологии и, по сути, является феноменом создания связной картины мира (то есть наделением явлений внешнего мира, в том

числе поведения других людей, внутренними или внешними причинами), которую условно можно назвать «наивной психологией». Проведенные последователями Ф. Хайдера эксперименты показали, что укорененные в сознании негативные установки и коннотации довольно трудно преодолеть. Однако существует много средств и методов совершенствования имиджа библиотечной профессии на современном этапе, о некоторых из которых речь пойдет далее. Но для начала необходимо разобраться с тем, что же такое имидж как таковой.

Одно из устоявшихся определений имиджа приведено в «Словаре иностранных слов»: «имидж – целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления, предмета, выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.» [6, с.31].

Нам кажется справедливым предложение М.А. Шишкиной о различной трактовке понятий «образ» и «имидж»: «В современном русском языке есть два синонима, означающих одно и то же понятие – образ и имидж. Но в отличие от «образа», возникающего произвольно, «имидж» конструируется специально и целенаправленно» И.В. Алешина вообще определяет имидж как «образ, создаваемый с определенной целью» [6, с.32].

В имиджологии существует парадокс разделения имиджа на идеальный, зеркальный и реальный при их одновременном существовании здесь и сейчас. Идеальный имидж искусственно проектируется организацией и выражает ее высокие представления о себе в будущем. Он даже потенциально недостижим, но его формулировка необходима в качестве исходной точки для запуска всего процесса формирования имиджа; зеркальный имидж можно выразить формулой «мы считаем, что о нас думают следующим образом...»; реальный имидж – действитель-

ный образ организации, сложившийся в глазах общественности. В формировании каждого из имиджей присутствует субъективный компонент, делающий невозможным слияние всех имеющихся образов в единый, гармоничный образ [3]. Можно сказать, что реальный имидж библиотек появляется исторически первым одновременно с самими библиотеками, то есть тогда, когда по понятным причинам ни понятия «имидж», ни его нынешнего понимания еще не существовало, и это был не управляемый образ, а складывающийся сам по себе.

Развитие представлений об имидже библиотекарей в России в целом повторяет общемировые тенденции. Библиотекари 18 века в России – это прежде всего ученые или писатели (Р. Арескин, Х.А. Чеботарев, М.М. Херасков, В.Н. Татищев и др.), сами библиотеки – научные или университетские. Идеи публичной библиотеки и даже сети библиотек предлагались на протяжении всего 18 века (проекты Киприяновых, Салтыкова), но лишь в конце 18 века этот был реализован в виде Императорской публичной библиотеки (ИПБ) – национальной библиотеки как особого типа библиотек, с присущими только ей особенностями, призванной олицетворять имперскую мощь России как слово всесоюзный в СССР или федеральный в современной России. С самого начала ее деятельности к службе в библиотеке привлекали известных представителей русской культуры (И.А. Крылов, Н.И. Гнедич, А.А. Дельвиг и др.), что положительно сказывалось на ее имидже. При утверждении штатов ИПБ М.И. Антоновским были составлены требования к кандидатам на должность библиотекаря – они являются первыми квалификационными требованиями к библиотечной профессии. Анализ исторической и художественной литературы красноречиво свидетельствует, что на протяжении всего 18 и первой половины 19 века библиотечная профессия в России социально была очень престижна и не являлась синекурой. Многие видные дея-

тели, в том числе и иностранцы, живущие в России, стремились ей заниматься. Кроме того, знатные и состоятельные люди создавали библиотеки для собственного пользования.

Отмена крепостного права и реформы 60-х годов стали основанием для изменения социальной структуры общества. Массовое открытие учебных заведений первой и второй ступени (церковно-приходских школ, реальных и юнкерских училищ, гимназий), при которых в обязательном порядке организовывались библиотеки, способствовало приближению библиотек к простому народу. Земства, правительственные учреждения и частные лица, учреждая и развивая *народные* библиотеки, формировали их имидж как организаций народного просвещения. Библиотекарь по статусу, образу жизни и уровню жалования был близок к земскому учителю и правительственному чиновнику низшего и среднего звена (библиотеки были интегрированы в систему различных ведомств), что требовало от него поведенческих стереотипов человека из общества. Однако, Императорская публичная библиотека, Библиотека Российской академии наук и университетские библиотеки обладали высоким статусом, их директора и сотрудники являлись чиновниками достаточно высокого ранга [2].

Развитие массовых библиотек вызвало необходимость их кадрового обеспечения, но отсутствие профильных учебных заведений, утверждение стереотипа, что библиотекарем может быть любой образованный человек, снижали статус профессии. В этот период возникает и новый гендерный перекося – отсутствие карьерного роста и небольшое жалование способствовало занятию должностей библиотекарей женщинами вместо мужчин. Этому способствовало открытие женских учебных заведений. Со временем выпускницы женских курсов стали ассоциироваться в том числе и с профессией библиотекаря. Имидж «курсисток» (слушательниц высших женских курсов), уси-

ленный в сатирических журналах, лег в основу мифа о «типичном библиотекаре». В художественной литературе также формируются устойчивые литературные образы библиотекарей, но значительно более положительные [5]. В 1913 году при участии Л.Б. Хавкиной открываются первые библиотечные курсы при Народном университете Шанявского в Москве. В 1918 году в новом учебном заведении Петрограда – Институте внешкольного образования – была организована самая большая по набору книжно-библиотечная группа, которая позже была преобразована в факультет.

20-е годы 20 века – золотой век развития в нашей стране плаката, в том числе библиотечного. С другой стороны, библиотека все больше воспринимается государством как элемент пропаганды. *20-30-е годы* – качественные изменения в имидже библиотек, которые стали рассматриваться властями как опорные пункты массовой пропаганды и идеологического контроля. Возник образ нового советского библиотекаря – молодого и политически грамотного руководителя чтением [1]. Однако, с точки зрения социального статуса библиотекарь оставался между служащими и научными работниками, чему также способствовали невысокая оплата труда и пропаганда имиджа рабочих как гегемона в ущерб остальным профессиям. На практике в связи с достаточно низким уровнем грамотности населения библиотекарями часто работали скрывающиеся от карательных органов представители дореволюционной интеллигенции, имевшие статус «лишенцев», что отрицательно влияло на имидж профессии.

После введения тарифно-квалификационных сеток по уровню доходов библиотекари оказались на невысоком уровне, но профессиональное сообщество транслировало идеальный имидж как необходимых обществу информационных работников. Однако реальный имидж профессии продолжал снижаться [5].

В *послевоенные годы* опять наблюдается колоссальный рост интереса к библиотекам (например, зафиксированы очереди до ступенек входа в здание Публичной библиотеки на Фонтанке) – страна заново отстраивалась после войны, требовалось освоение новых профессий, переподготовка и т.д. В *80-90-е годы* вследствие объективных социальных, экономических и технологических изменений (в России они произошли одновременно и за очень короткий временной промежуток), имидж библиотек в нашей стране начинает снижаться.

Таким образом, можно констатировать, что за несколько тысячелетий своего существования библиотека как социальный институт прошла путь от закрытого и привилегированного учреждения, борющегося за свою открытость для общества, до абсолютно открытой организации, вынужденной заниматься привлечением пользователей.

На наш взгляд, имидж библиотек в обществе имеет не утраченный потенциал к улучшению. Даже краткий экскурс в историю имиджа библиотек показывает, что только в последний и очень непродолжительный исторический промежуток социальный престиж профессии начал существенно снижаться, а библиотечный коллектив не всегда имел те гендерные, возрастные и пр. черты, которыми его можно охарактеризовать сегодня. Соответственно, на наш взгляд, имидж библиотечной профессии требует спланированных усилий по улучшению, и улучшить его вполне реально.

Современная эпоха – эпоха визуализации, соответственно, и на имидж библиотечной профессии необходимо влиять визуальными средствами. Визуализация активно использовалась в пропаганде библиотек и чтения давно, можно вспомнить хотя бы библиотечные плакаты раннего советского времени, но сегодня пришло время ее реализации на новом этапе. Интернет – среда, живущая по своим собственным законам, в которой главную роль играют ви-

зуализация, интерактивность и вирусность (вирусный маркетинг – общее название различных методов продвижения, характеризующихся распространением информации в прогрессии, близкой к геометрической, где главным распространителем информации являются сами получатели информации, путем формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации с помощью яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания). Средства, обеспечивающие социальную насыщенность и взаимодействие с пользователями на основе Web 2.0. – это блоги, теги, RSS и т.д. [6]. Таким образом, на нынешнем витке информационной революции одним из главных коммуникационных средств, показывающим достаточно высокую степень эффективности, являются социальные сети с такими характерными для них чертами, как визуализация (наличие фото и видеоконтента, поскольку голый текст давно перестал «работать»), определенные правила SMM для разных социальных сетей (регулярность обновления, правила «репостов» и т.д.), интерактивность (возможность участвовать в обсуждениях, оставлять комментарии и самостоятельно генерировать контент), вирусность (традиционный журналистский термин «информационный повод» сегодня заменяется понятием «хайп», который работает по принципу снежного кома), использование тегов как универсального инструмента поиска информации и позиционирования любой организации или лица.

С каждым днем возможности этих новых медиа только расширяются. Еще недавно, говоря о продвижении библиотеки, мы имели в виду в первую очередь журналистские методы информирования (пресс-релиз, пресс-конференция, корпоративное издание, сайт). Сегодня можно с уверенностью сказать, что в первую очередь речь идет о группе или странице в социальных сетях, где пользователи могут получить интересующую их информацию мак-

симально полно и оперативно, без временного «зазора», характерного для СМИ и издательской продукции.

У библиотечно-информационного факультета Санкт-Петербургского государственного института культуры своя группа в социальной сети «ВКонтакте» существует уже несколько лет. На данный момент в ней почти 2000 человек – это сообщество с регулярно обновляемым контентом и стабильной аудиторией, которая на постоянной основе получает информацию и новости. В октябре 2017 года «ВКонтакте» была создана группа кафедры библиотековедения и теории чтения для позиционирования кафедры как структурного подразделения факультета и вуза. Собранная в одной группе и под одними и теми же тегами информация разного содержания (сообщения о прошедших событиях, фотоотчеты о мероприятиях, поздравления, посты про досуг, интересы и увлечения студентов и преподавателей и т.д.) дают участникам и посетителям группы возможность получить исчерпывающее представление о насыщенной жизни кафедры. Кроме того, кафедра приобрела дополнительную площадку для укрепления обратной связи с реальной и потенциальной аудиторией и осуществления коммуникационного аудита. Группа является не просто средством коммуникации, но и фактором профессионализации студентов, их интеграции в профессию. Об этом в сообществе пишут сами студенты.

Список литературы

1. *Ванеев А.Н.* О профессиональной библиотечной идеологии // Библиосфера. 2013. №2. С. 3-6.
2. *Володин Б.Ф.* Всемирная история библиотек. 2-е изд., доп. СПб.: Профессия, 2004. 432 с.
3. *Колесникова М.Н.* Менеджмент библиотечно-информационной деятельности: учебник для вузов. М.: Либерейя-Бибинформ, 2009. 255 с. (Библиотекарь и время. XXI век; Вып. 101).

4. *Маркова Т.Б.* Библиотека в истории культуры. СПб.: Наука, 2008. 327 с.
5. *Матвеев М.Ю.* Имидж библиотек как социокультурный феномен. СПб.: РНБ, 2009. 394 с.
6. *Орлов В.В.* PR, реклама и брендинг библиотеки: учеб. пособие / Санкт-Петербургский гос. ин-т культуры, библи.-информ. фак., каф. библиотековед. и теории чтения. СПб.: СПбГИК, 2015. 132 с.

Н.В. Прасова

Веб-сайт как способ популяризации деятельности библиотек

*(На примере информационной составляющей сайтов
централизованных библиотечных систем
Смоленской области)*

Организация и ведение сайта учреждения требует выполнения сложных последовательных действий, направленных на результат. От того, насколько будет удобен и функционален сайт библиотеки, во многом зависит эффективность маркетинговой кампании. Существует целый ряд общих требований, которым должен соответствовать любой сайт: продуманная структура, глубина содержания, качественный цифровой контент, удобная навигация, оперативное обновление информации, единство дизайна всех разделов сайта, версия для слабовидящих и т.д.



Анализируя опыт муниципальных библиотек Смоленской области, оценим эффективность работы библиотек

в веб-среде, выявим основные проблемы и определим перспективы развития.

В 2011 году для участия библиотек Смоленской области в создании информационно технологической инфраструктуры (в рамках реализации программы «Развитие информационного общества и формирование электронного правительства в Смоленской области») централизованным библиотечным системам были выделены средства на создание собственных Web-сайтов. К первому кварталу 2013 года сайты муниципальных библиотек уже функционировали. Разместили интернет-сервисы на хостинге Администрации Смоленской области. Стиль, схема и графическое оформление сайтов были разработаны в едином стиле. Отличала их друг от друга только цветовая гамма. Некоторым специалистам не нравились элементы интерфейса. Высказывались мнения, что при ограниченной функциональности сайтов не может быть и творческого подхода в наполнении ресурсов. Но, прошло время, и сайты стали визитной карточкой библиотек области.

В 2015 году на ежегодной межрегиональной научно-практической конференции «Инфокоммуникационные технологии в региональном развитии» прошло награждение победителей областного конкурса на лучший сайт среди библиотек, организованного Департаментом Смоленской области по культуре и туризму. Почетного звания «Web-лидер – 2015» за активное участие в развитии единого информационно-библиотечного пространства Смоленской области в сети Интернет в 2016 году были удостоены: Демидовская ЦБС, Сафоновская ЦБС, Сычевская ЦБС. В 2016 году – Смоленская ЦБС, Рославльская ЦБС и Руднянская ЦБС.

Процесс ведения сайта всегда долгов и кропотлив, и такую работу по сей день во многих ЦБС выполняют непосредственно сами библиотекари без помощи специалистов автоматизации. Они наполняют контент, создают

разделы; разрабатывают странички, баннеры, слайдеры, навигационные меню и кнопки; осуществляют контроль за обновлением сайта, и т.д.

Опрос, проведенный в ноябре 2020 года среди коллег муниципальных библиотек области, отвечающих за работу сайтов, выявил наиболее посещаемые разделы: «Краеведение», «Виртуальные музеи», «Виртуальные выставки», «Мультимедиа», «Издательская деятельность», «Коллегам». Среди сервисов и ресурсов популярны: «Электронный каталог», «Продление книг онлайн», «Виртуальная справочная служба», «Полнотекстовые БД», «Онлайн проекты» (*такие как: проект «Книга у микрофона» (Вяземская ЦБС); интернет-проект по организации ридинг-групп «Читающий бум» (ЦБС г. Смоленск); краеведческий проект «Край Демидовский – капелька России» (Демидовская ЦБС).*

Отметим, что информационная составляющая одинаковых по названию разделов сайтов библиотек настолько разнообразна по содержанию внутри, что в корне отличается один сайт от другого. Здесь четко прослеживается индивидуальный творческий подход авторов страничек. Это особенно заметно при создании информационных краеведческих ресурсов: баз данных собственной генерации (фактографических, библиографических и полнотекстовых); электронных версий печатных краеведческих документов и др. (*Подробнее с материалами можно ознакомиться на страничках сайтов муниципальных библиотек <http://smolensklib.ru/node/1859>).*

В областных и ряде муниципальных библиотек Смоленской области налажена работа виртуальной справочной службы. Она позволяет получить информацию по запросу в режиме удаленного доступа. Интересен опыт работы в данном направлении детской библиотеки №2 ЦБС г. Смоленска. Так, в социальной сети «ВКонтакте» библиотекой было разработано приложение Чат-бот. Для пе-

реписки с пользователями группы был создан виртуальный персонаж «робот Степа», запрограммированный давать ответы тем, кто находится в активном поиске нужной книги.

Для раскрытия и популяризации своих фондов библиотеки размещают на своих сайтах виртуальные выставки изданий, публикуют материалы, рекламирующие книгу и чтение. В ЦБС г. Смоленска организована деятельность службы по интернет-рассылке пользователям информации о запланированных мероприятиях и новых поступлениях литературы «EmailБиблиотека».

Главным информационным продуктом библиотек по праву можно считать электронный каталог. В 2012 году стартовал проект «Сводный электронный каталог библиотек Смоленской области». Цель проекта – активизация использования информационных ресурсов библиотек Смоленской области путем организации свободного Интернет-доступа к существующим или создаваемым каталогам участников проекта. Библиотеки-участницы имеют возможность заимствования БЗ и в режиме реального времени представляют свои базы в сводном каталоге области. В 2017 г. ГБУК «Смоленская областная универсальная научная библиотека им. А.Т. Твардовского» расширила границы проекта. Сейчас библиографы центральных библиотек области осуществляют ввод аналитических библиографических записей на статьи из местных периодических изданий. Объединенный электронный каталог и «Сводный электронный каталог аналитики Смоленской области» размещены на сервере областной универсальной библиотеки, доступ к нему организован на сайте www.smolensklib.ru.

На начало 2020 года корпоративный проект «Сводный электронный каталог Смоленской области» объединяет 27 муниципальных библиотек, 4 областные библиотеки и 5 вузовских библиотек. По итогам 2019 года в Сводном

электронном каталоге насчитывалось 1291582 записи, доступные в Интернете. На сегодня это один из самых востребованных ресурсов.

Немаловажную роль в совершенствовании мастерства информационного наполнения веб-сайтов библиотек играли областные конкурсы, организованные Смоленской областной универсальной научной библиотекой им. А.Т. Твардовского. Консультационно-методическим отделом разрабатывались положения конкурсов, которые побуждали коллег проявлять творческий подход и применять инновационные приемы в создании электронных продуктов: областной конкурс на лучшую виртуальную выставку в рамках Года культуры «Культура: единая и многообразная» (2014 г.); конкурс библиотечной инфографики (2018 г.); конкурс на лучшую виртуальную выставку в стиле АртБук (2019 г.); конкурс на лучший слайдер для сайта ЦБС «WEB Креатив» (2020 г.); конкурс «Интерактивные технологии в экологическом образовании и просвещении» (2020 г.).

В начале мая 2020 года стартовал конкурс на лучшую виртуальную галерею памяти и славы «Маршрутом Великой Победы» (к 75-летию Победы в Великой Отечественной войне), итоги которого будут подведены в конце ноября.

Конкурс проводится с целью привлечения внимания молодежи к истории Великой Победы, популяризации и эффективного использования сайтов муниципальных библиотек для продвижения собственных краеведческих ресурсов.

Его участниками стали централизованные библиотечные системы (ЦБС) 12 районов области: Велижского, Вяземского, Гагаринского, Демидовского, Руднянского, Сафоновского, Смоленского, Сычевского, Хиславичского, Холм-Жирковского, Шумячского, Ярцевского.



Виртуальные галереи составлены на основе методики построения музейных экспозиций. В них входят: видеоролики читателей, посвященные дню Победы; видеообзоры литературы о Великой Отечественной войне; виртуальные экскурсии по музеям, созданные при библиотеках; репортажи об инте-

ресных исследованиях и находках, связанных с военными событиями тех лет, и т.д.

Идея конкурса, переросла в большой проект, к нему продолжают присоединяться муниципальные библиотеки области. Самым важным этапом реализации проекта стало объединение информационных ресурсов (размещение гиперссылок) на электронной карте Смоленской области на сайте Смоленской областной универсальной научной библиотеки им. А.Т. Твардовского. Виртуальные галереи привлекли к себе внимание удаленной аудитории. В среднем ежемесячно ресурсы каждой виртуальной галереи посещают около 300 раз. Это 3600 обращений за полгода к 12 созданным галереям. Есть вероятность, что проект станет долгосрочным и расширит свои территориальные и исторические границы.

Таким образом, получилось объединить информационно-библиотечное пространство Смоленской области. Объединённый ресурс обеспечил свободный бесплатный доступ к электронной коллекции единого информационно-библиотечного пространства региона и расширил возможности поиска краеведческой информации.

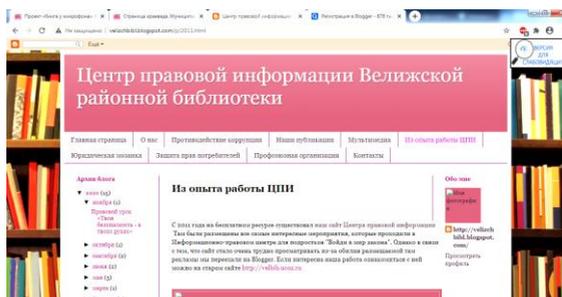
Присутствие на сайте библиотеки статистики посещения становится актуальным, особенно если учесть реалии сегодняшнего дня.

Если в 2013 году число посещений интернет-сайтов муниципальных библиотек составило 59800, то в 2019 году это число увеличилось в 7 раз и достигло 413045.

Согласно действующим нормативно правовым документам для оценки качества оказания услуг библиотекарями и мониторинга общественного мнения о деятельности библиотек, на всех сайтах центральных библиотек есть кнопки независимой оценки качества оказываемых услуг. В дополнении к этому, ряд библиотек самостоятельно разрабатывают опросники, где каждый пользователь сайта может оценить уровень качества предоставляемых услуг. Это помогает формировать рейтинги библиотек и позволяет совершенствовать библиотечное обслуживание с учетом требований современного общества.

Понимая важность присутствия в социальных медиа, так как именно там проходят основные коммуникационные пути, библиотеки

смело сделали шаг навстречу удаленному пользователю, зарегистрировав официальные профили в социальных сетях "ВКонтакте", "Одноклассники", "Instagram", "YouTube", "Facebook". Коллеги ежегодно расширяют свою активность на этих площадках: участвуют в дискуссиях, генерируют контент с учетом потребностей целевой аудитории. На сегодняшний день 28 муниципальных библиотек имеют публичные страницы в социальных сетях. ЦБС города Смоленска является лидером – она охватила большую аудиторию. В группах 13 библиотек-филиалов в среднем по 300 участников.



Все библиотеки стараются своевременно реагировать на отзывы и предложения, отвечая на вопросы пользователей. Используют привлекательные рубрики, благодаря которым посетители находят необходимую информацию. Но вот над визуальным наполнением профилей еще нужно поработать.

Опрос показал, что на виртуальных площадках чаще всего размещают: анонсы предстоящих мероприятий, дистанционные мероприятия, в т.ч. в онлайн-формате, информацию о писателях, книгах (в том числе событийного характера), библиографические пособия (памятки, листовки, буклеты, рекомендательные списки), видеообзоры книг, буктрейлеры, он-лайн викторины, опросы пользователей, открытые ответы на вопросы пользователей и т.д.

Блоги также являются эффективным инструментом для популяризации деятельности библиотек, продвижению ее продуктов и услуг. Однако на сегодняшний день только в Велижской ЦБС есть сотрудник, взявший на себя "смелость" вести блог, используя веб-сервис Blogger. Здесь отражена работа Центра правовой информации Велижской районной библиотеки по основным разделам: «О нас», «Противодействие коррупции»; «Мультимедиа», «Из опыта работы ЦПИ», «Юридическая мозаика», «Защита прав потребителей». Формы подачи материалов разнообразны. Есть возможность оставлять комментарии и обсуждать опубликованные материалы.

В Сафоновской ЦБС заведующая Николо-Погореловской библиотеки №23 несколько лет ведет страницу «Я – библиотекарь» на портале ПРО ШКОЛУ.РУ и публикует материалы на сайте библиотекаря на проекте «Мультиуроки».

Баннерная реклама на сайтах библиотек стала обязательным элементом. Это и ссылки на собственные ресурсы, и на ресурсы других организаций. Среди которых – рекламные баннеры со ссылкой на автоматизированную

информационную систему «Единое информационное пространство в сфере культуры», на сайт Национальной электронной библиотеки. В последнее время партнеры и организации все чаще обращаются с просьбой разместить баннер на веб-сайте библиотеки. В этом списке: музеи, школы, ВУЗы, школы искусств, дома творчества, редакции районных газет, администрации районов и т.д. Особенно востребованы сайты Ельнинской, Рославльской, Руднянской, Сафоновской, Смоленской, Угранской ЦБС и ЦБС г. Смоленска.

Резюмируя вышеизложенное, хочу отметить, что популярность библиотек сегодня зависит в большой степени от того, насколько успешно внедряются в практику работы современные информационные технологии и средства коммуникации. Несмотря на трудности, библиотекам Смоленской области за короткий промежуток времени удалось интегрироваться в инновационные процессы, связанные с переходом к информационному обществу.

В настоящее время ЦБС Смоленской области ведут активную работу по созданию и поддержке собственных сайтов. Но формирование и использование электронных ресурсов в муниципальных библиотеках по-прежнему сопряжено с рядом проблем: недостаточное оснащение библиотек современным оборудованием и высокоскоростным Интернетом, отсутствие статического IP-адреса. Незначительная часть специалистов по-прежнему сетуют на невозможность изменить оформление страниц сайта, им не нравится цветовое решение, размещение основных разделов. Есть и кардинальное предложение – специалисты хотят иметь индивидуальную независимую платформу.

Опыт муниципальных библиотек Смоленской области дает повод гордиться хорошими результатами, которые выражены качественными и количественными показателями. И это во многом благодаря увлеченным новаторам-

профессионалам, творческий прорыв которых побуждает к активизации креативной энергии других.

Список литературы

Библиотечная жизнь Смоленщины: информационно-аналитический отчет. Вып. 15 / сост. Н.В. Прасова; ред. Е.В. Гаврилова; Смоленская обл. универс. науч. б-ка им. А. Т. Твардовского, Консультационно-метод. отд. Смоленск: [б. и.], 2020. 124 с.: табл., цв. диагр.

Библиотечная жизнь Смоленщины: информационно-аналитический отчет. Вып. 13 / Смоленская обл. универс. науч. б-ка им. А.Т. Твардовского, Консультационно-метод. отд. Смоленск: [б. и.], 2018. 121 с.

Библиотечная жизнь Смоленщины: информационно-аналитический отчет. Вып. 10 / сост. Н.В. Кожемякина; Смоленская обл. универс. б-ка им. А.Т. Твардовского, Консультационно-методический отдел. Смоленск: [б. и.], 2015. 101 с.

Библиотечная жизнь Смоленщины : информационно-аналитический отчет. Вып. 9 / сост. Н.В. Кожемякина; Смоленская обл. универс. б-ка им. А. Т. Твардовского, Консультационно-методический отдел. Смоленск: [б. и.], 2014. 204 с.

Маршрутом Великой Победы (виртуальные галереи памяти и славы): дайджест / сост. Н.В. Прасова; ред. Е.В. Гаврилова; Смоленская обл. универс. науч. б-ка им. А.Т. Твардовского, Консультационно-метод. отд. Смоленск: [б. и.], 2020. 29 с.

Преобразование имиджа библиотекаря в результате изменения его профессиональных функций

На современном этапе развития библиотечного дела все актуальнее становятся вопросы имиджа библиотеки и библиотекаря. И это не удивительно, ведь благоприятный имидж библиотеки – это залог ее востребованности среди населения, привлечение новых пользователей.

Имидж библиотеки ориентирован на формирование и поддержание положительного образа библиотеки в обществе. Чаще всего при этом на первый план выходит именно социальный имидж библиотеки.

Социальный имидж в настоящее время представляет собой достаточно сложный для изучения объект, который включает в себя большое число структурных элементов, а также субъектов восприятия. Процессы формирования социального имиджа подвержены влиянию социально-экономических, психологических, культурных и рыночных аспектов. Кроме этого, социальный имидж на современном этапе не выступает в качестве подчинённой части общего имиджа библиотеки, который был сформирован отдельным видом деятельности (например, волонтерством). Социальное восприятие конкретной библиотеки, чем, в сущности, и является социальный имидж, в настоящее время представляет собой определенное семиотическое значение, стратегически либо стихийно связанный с самой библиотекой. В конкурентной среде социальный имидж в большинстве случаев становится определенным фактором читательского или пользовательского выбора, таким социальным конструктом, в котором происходит воплощение взаимного влияния социальных ожиданий и социальных впечатлений внешней и внутренней среды, направленных

на облегчение проблемы выбора.

Рациональная составляющая имиджа применительно к библиотекам включает:

- 1) Текущую деятельность, а именно:
 - качество ассортимента предоставляемых услуг;
 - качество обслуживания пользователей;
 - уровень ответственности в выполнении обязательств;
 - имеющиеся условия для работы;
 - уровень организационной культуры библиотека;
 - наличие высококвалифицированных специалистов;
 - наличие миссии и конкретных целей.
- 2) Имидж оформления и продвижения:
 - информация, распространяемая в СМИ;
 - качество рекламы;
 - социокультурное сотрудничество;
 - дизайнерские технологии;
 - участие в различных акциях и проектах.

Библиотека в своем развитии прошла немало этапов. При этом она испытывает на себе непосредственное влияние политических, экономических, социальных и культурных процессов. Не стало исключением и начало XXI века. В этот период в библиотеку проникают различные инновации, совершенствуется технологическая база, происходят в ней и внутренние преобразования.

Следует указать, что библиотека в системе культуры занимает особое место. Она при этом выполняет двойственную функцию. То есть, во-первых, она выполняет меморативные функции, то есть сохраняет, систематизирует знания предыдущих поколений. Во-вторых, библиотека выступает в качестве активного субъекта продвижения культуры [2].

В качестве особого социокультурного института библиотека выполняла и выполняет следующих функций:

сбор, обработка, хранение, а также предоставление во временное пользование читателям произведений письменности и печати. Также библиотека выполняет еще и социальные функции, обусловленные исторически. При этом вслед за Н.Е. Добрыниной можем сказать, что в различные периоды истории происходило и социальное предназначение библиотеки, что, в свою очередь, влекло за собой определенное преобразование требований к библиотекарю, а также формировало его профессиональный облик» [3, с. 237].

На современном этапе весьма значимой становится коммуникативная функция библиотек, которая предполагает разные форматы диалогов с читателями. Кроме этого, выступая элементом массовой культуры, библиотека строит свою работу на основе таких важных принципов, как комфортность, визуальность, доступность, мозаичность и др. При этом наряду со стремлением влиться в современную социо-культурную среду, библиотеки очень важно сохранить свою неповторимость и индивидуальность. Такая двойственность диктует и особые требования к имиджу современной библиотеки и библиотекаря.

В современных непростых условиях от библиотекаря требуется практически постоянное освоение новые технических и современных гуманитарных знаний, а также обязательно учитывать вызовы и запросы современности, разного рода инновационные процессы в сфере культуры.

Если раньше библиотекарь в первую очередь должен был хорошо знать библиотечный фонд и информационно-библиографические ресурсы, то на современном этапе помимо этого значимую роль стала играть информационная грамотность, а также медиаобразованность. Например, А.В. Соколов в этом отношении склоняется к мнению, что вопреки прослеживаемой дисфункцией чтения, «распространению массовых литературных предпочтений библиотека остается учреждением, способным осуществить социально-культурную миссию по приобщению к вечным

ценностям философии, науки, искусства, литературы» [4, с. 9]. В связи с этим библиотекарь продолжает оставаться проводником в книжный мир, но уже применяет при этом более разнообразные формы и методы.

Можно также согласиться с позицией сотрудников методического отдела Центральной городской библиотеки им. Ф. Энгельса относительно того, что современные библиотекари должны обладать компетенциями, которые несколько десятилетий назад от них не требовались [5].

В числе новых для библиотекарей компетенций были обозначены следующие.

1. Проектировочные компетенции. В рамках данной группы компетенций можно обозначить следующие значимые для имиджа современного библиотекаря умения и навыки: 1) умение планировать работу; 2) умение выявлять проблемы; 3) эффективно определять цели, формы и методы библиотечной деятельности; 4) наличие прогностических умений и навыков; 5) умение выявлять внедрять в свою практику передовой опыт; 6) навык определение максимально эффективных и рациональных видов деятельности в своей библиотечной практике, а также применения эффективных методов работы по всем направлениям деятельности библиотеки; 7) умение выявлять и применять на практике максимально эффективных форм библиотечного обслуживания и намечать перспективы его развития.

2. Аналитические компетенции. Библиотекарь должен хорошо владеть всесторонним анализом деятельности библиотеки; уметь создавать аналитические формы; умение критически мыслить; владение методами изучения читательских интересов для определения интенсивности чтения, а также установлений произошедших изменений в чтении различных возрастных групп; осуществлять мониторинговую деятельность; способность библиотекаря оценивать, а также контролировать читательскую деятельность (в том числе и собственную).

3. Коммуникативные компетенции. Они также подразумевают ряд знаний навыков и умений. В числе таких можно назвать следующие: 1) умение устанавливать с разными группами пользователей оптимальные взаимоотношения; 2) умение координировать свою непосредственную деятельность с работой социальных партнеров; 3) проявлять требовательность, которая напрямую касается выполнения правил пользования библиотекой, а также бережного отношения к библиотечному фонду; 4) умение выстраивать профессиональные отношения в библиотечном коллективе; 5) выстраивать профессиональные отношения также и во внешней среде, и с потенциальными пользователями; 6) ораторские навыки и умения; 7) практика ведения дискуссионных форм работы; 7) хорошие навыки письменной речи.

4. Организаторские компетенции. В эту группу включаются следующие составляющие: 1) умение библиотекарей организовать и эффективно проводить массовые мероприятия; 2) умение организовать систему культурно-массовых мероприятий, направленных на формирование информационной культуры; 3) навыки и умение современных библиотекарей организовать работу библиотеки на совместной платформе с рядом других структур культуры; 4) умение организовать и управлять проектными технологиями; способность библиотекаря формировать читательский актив, а также читательские группы.

5. Информационно-коммуникационные компетенции. На современном этапе данная группа компетенций включает: 1) хорошие навыки работы библиотекаря на автоматизированном рабочем месте; 2) навыки работы с офисными программами для создания разного рода электронных документов; 3) умение и навыки по использованию в своей работе ресурсов сети Интернет; 4) умение создавать и постоянно поддерживать страничку, сайт (или

блог) библиотеки; 5) умение современного библиотекаря формировать базы и банки данных.

Чтобы иметь положительный социальный имидж, библиотека должна соответствовать современной социокультурной ситуации и выполнять функции, востребованные реальными и потенциальными пользователями.

Опыт филиала Библиотека №18 МБУК г.о. Самары «Самарской муниципальной информационно-библиотечной системы» показывает, что положительное влияние на формирование имиджа библиотеки оказывают следующие факторы:

1) уровень оснащенности книжного фонда и фонда периодических изданий;

2) уровень автоматизации библиотеки и широта предоставляемых информационных услуг;

3) профессионализм библиотекарей, их эрудированность и профессиональная чуткость;

4) широта проводимых досуговых и культурно-просветительных мероприятий;

5) особый подход к различным категориям пользователей (в том числе и с ОВЗ);

6) внедрение в практику библиотеки проектных технологий.

Важную роль играет максимально быстрое удовлетворение читательских и информационных потребностей пользователей библиотеки. В этом плане немаловажное значение выполняют удаленные полнотекстовые базы и услуги, предоставляемые по ВСО и МБА. И в этом случае также важен профессионализм библиотекаря.

Библиотека и библиотекарь традиционно соотносятся как целое и часть. Библиотека, по крайней мере, в нашей стране, не может состояться без библиотекаря и наоборот. Библиотека задает свои требования к библиотекарю как специалисту. Последний же способен формировать имидж библиотеки. Поэтому рассматривая имидж

библиотекаря нельзя не затрагивать процесс трансформации самой библиотеки и наоборот.

Конечно на современном этапе библиотека совсем другая, нежели раньше. Библиотека перестала быть только храмом книги, а чаще всего становится сегодня площадкой встреч, общения и интересного досуга. Но все эти преобразования и интеграция с другими видами образовательной и культурно-досуговой деятельности не смогли развеять таинство и «священство» библиотеки. И это тоже замечательно.

Безусловно, и библиотекари тоже стали другими. Именно они приняли и подчинились интеграции и преобразованию различных направлений библиотечной деятельности во всей ее широте. Теперь библиотекарь – это особый проводник в компьютерной технике и огромном потоке информации. Он учит, помогает, организывает, развлекает, расширяет кругозор, скрашивает досуг.

Читатели, чаще всего, верят «своему библиотекарю» и поэтому очень важно «не спугнуть» эту веру. Иначе исчезнет и само очарование библиотеки, и приобщение читателя к книге не будет по-особому волнующим. Библиотекарь способен раскрыть в читателе творческое начало. Например, уже несколько лет МБУК г.о. Самара «Самарская муниципальная система» проводит конкурс «Талантливый читатель», который смог выйти на международный уровень. Знакомясь с положением о конкурсе. Одни читатели с энтузиазмом начинают «творить». Но есть и те, которые сомневаются в своих силах. Однако если со стороны библиотекаря они получают поддержку, консультативную помощь, тогда сомнения уходят, уступая место творчеству.

Как показывает практика, библиотекарь должен быть компетентен в различных сферах: он должен быть в курсе мировых, региональных и местных новостей, он должен уметь рассказать практически о любой книге из

фонда библиотеки, он должен показать и научить осуществлять поиск в различных электронных системах, он также должен уметь выслушать читателя, даже если тема общения выходит за рамки чтения. Ведь придя в библиотеку, читатель кроме книги нередко стремится получить и общение. Поэтому современный библиотекарь, – это тот, кто умеет выслушать и утешить, вовремя улыбнуться и посочувствовать.

Для библиотечной профессии и раньше была свойственна двойственность. Как подчеркивает Г.А. Алтухова, «с одной стороны, неизменной ценностью труда библиотекаря является деятельность, направленная на раскрытие фонда, продвижение знаний и информации, выполнение образовательной, информационной, культурно-просветительной функций, а с другой – библиотекарь является хранителем накопленных мировой цивилизацией знаний, культурных ценностей и информации. Обе эти функции реализуются во взаимодействии, и каждая из них имеет большое значение для формирования профессиональных знаний, умений и навыков и библиотекаря, и пользователя» [1, с. 167].

Современные реалии требуют от библиотекаря высоко развитого профессионального мышления, способности отбирать, анализировать и затем синтезировать приобретённые знания для достижения целей и задач библиотеки, а также выполнении ее миссии. Библиотекарь сегодня, – это еще генератор идей и в ряде случаев даже «жилетка» для тех, кому непросто или кто чувствует себя одиноким. То есть библиотекарь на современном этапе должен совмещать в своей профессии функции книговеда, культуролога, отчасти психолога, некоторые функции организатора, педагога и т.д.

Однако именно такая трансформация функций библиотекаря положительным образом влияет на имидж библиотеки в целом. Успешность библиотекаря на современ-

ном этапе – это профессионализм, востребованность, а также результативность его деятельности. И именно это триединство формирует его имидж, и, следовательно, имидж библиотеки.

Список литературы

1. *Алтухова Г.А.* Профессиональные компетенции библиотекаря в эпоху глобализации и информатизации общества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 3(77). С. 164-171.

2. *Бикбулатова А.Р.* Библиотекарь XXI в. : проблема трансформации // Вестник Томского Государственного Университета. Культурология и искусствоведение. 2015. №1(17). С. 49-54.

3. *Добрынина Н.Е.* Специалист библиотечного дела в контексте формирования образа библиотек XXI века // Библиотечное дело – XXI век: науч.-практ. сборник. 2011. Вып. 2 (22). С. 236-249.

4. *Соколов А.В.* Миссия и мутация библиотек: Раздумья интеллигента-книжника // Библиотечное дело. 2009. № 14. С. 2-10.

5. Формирование имиджа библиотеки. URL: <https://www.sites.google.com/site/bibliotekapoipkro/Home/napravlenia-raboty/skolnomu-bibliotekaru/imidz-biblioteki-1> (дата обращения: 19.02.2021).

Социальное партнерство как элемент имиджа современной библиотеки

Социальное партнерство на современном этапе является одним из актуальных направлений библиотечного процесса.

Исторически система социального партнерства представляла собой буфер между сферой интересов работодателей и наемных рабочих. В настоящее время эта система охватывает значительные ниши общественной жизни, в частности, социальное пространство, в которое входит и библиотечно-информационная среда [3, с. 94].

Анализируя исследования по этой проблеме, Г.Ю. Семигин пришел к выводу, что социальное партнерство можно рассматривать как компромисс, достигаемый сторонами вследствие баланса интересов сторон социального взаимодействия, который способствует стабильности современного общества [2, с. 16].

Сегодня многие библиотечные мероприятия организуются и проводятся с привлечением социальных партнеров.

Более того, социальное партнерство выступает в качестве одной из ведущих функций библиотеки, а также прогрессивной формой взаимодействия библиотек с другими организациями и пользователями.

Социальное партнёрство – это особая система цивилизованных общественных отношений, которая обеспечивает взаимовыгодное сотрудничество. Именно в этом и заключается сущность социального партнерства в библиотечной среде. Взаимовыгодное сотрудничество само по себе является перспективным направлением развития практически любой организации, а для библиотек – в особенности для библиотек. Опыт деятельности библиотек в

этом направлении наглядно показывает, что сегодня существует отдельная налаженная система взаимоотношений, что способствует успешному решению задач, стоящих перед библиотекой в качестве информационного учреждения, позволяет ей находиться в центре общественной жизни, наконец, являться важным элементом в социальной жизни человека.

Систему социального партнерства в деятельности библиотек можно определить как комплекс многовариантных отношений между субъектами партнерства, основной целью которых выступает обеспечение (организационное, ресурсное, информационное, интеллектуальное), а также максимальное удовлетворение социокультурных интересов и потребностей муниципального сообщества. Библиотека для успешного выполнения своей миссии на микро- и макроуровнях в качестве особого социокультурного института должна быть активной, гибкой и адаптированной под быстро изменяющиеся условия [1].

Пример деятельности филиала Библиотеки №18 МБУК г.о. Самара «СМИБС» наглядно это подтверждает.

Опыт социального сотрудничества названной библиотеки показывает, что успешно налаженное взаимодействие с различными учреждениями на уровне микрорайона позволяют библиотеке занять особую нишу в общественной и образовательной деятельности местного сообщества.

В последние годы в числе социальных партнеров библиотеки являлись следующие:

- 1) Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа №3 с углубленным изучением предметов имени Героя Советского Союза В.И. Фадеева»;
- 2) Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа №49 имени ветерана военной контрразведки Стычкова К. Г.» городского округа Самара;
- 3) Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа №48»;

- 4) ТОС Шипка Промышленного района г.о. Самара;
- 5) Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа №78 имени Героя Советского Союза П.Ф. Ананьева» городского округа Самара;
- 6) Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Школа №53» городского округа Самара;
- 7) Государственное бюджетное образовательное учреждение Самарской области «Школа-интернат №115 для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья городского округа Самара»;
- 8) Государственное казенное учреждение Самарской области «Комплексный центр социального обслуживания населения «Ровесник»;
- 9) Центр дополнительного образования детей «Искра» городского округа Самара
- 10) Муниципальное бюджетное образовательное учреждение лицей «Технический» г.о. Самара;
- 11) Государственное Казенное Учреждение Самарской области, Комплексный центр социального обслуживания населения Самарского округа, Промышленное подразделение.

Со всеми этими организациями и учреждениями заключен договор социального партнерства, в котором прописываются основные права и обязанности сторон.

Как наглядно видно из проведенного перечня, библиотека наладила сотрудничество с различными категориями местного сообщества:

- 1) органами местного самоуправления;
- 2) образовательными организациями и учреждениями (в том числе и дополнительного образования);
- 3) учреждениями, работающими с детьми и подростками, попавшими в трудную жизненную ситуацию;
- 4) учреждениями, деятельность которых непосредственно связана с лицами с ОВЗ.

В этом случае прослеживается непосредственный и опосредованный интерес в сотрудничестве с библиотекой.

Непосредственный интерес испытывают все те лица (учителя, ученики, члены ТОС и др.), которые напрямую взаимодействуют с библиотекой, принимают участие в организуемых ею мероприятиях или же привлекают сотрудников библиотеки к своим мероприятиям.

Однако существует и опосредованный круг лиц, которые не имеют прямого взаимодействия с библиотекой, однако заинтересованные в существовании социального сотрудничества. Это, например, родители школьников, с которыми работает библиотека.

Библиотека в зависимости от интересов и потребностей своего социального партнера достаточно успешно реализует свое социокультурную функцию.

Так, например, в Муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении «Школа №49 имени ветерана военной контрразведки Стычкова К.Г.» городского округа Самара» в рамках Молодежной политики ко Дню Защитника Отечества был проведен урок мужества «Кадеты – будущее России». Благодаря этому мероприятию ребята познакомились с историей кадетского движения, узнали, что многие выдающиеся личности, которые составляют гордость России, были выпускниками кадетских корпусов, а во время Великой Отечественной войны появились суворовские и нахимовские училища, прообразом которых также послужили кадетские корпуса.

Представители ГБОУ «Самарский казачий кадетский корпус» и станичьего казачества станицы Красноглинская рассказали о роли казачества в истории России, провели экскурс в историю самарского казачества, познакомили с современным положением дел. Затаив дыхание ребята слушали рассказ казачьего полковника (полковника в отставке), участника боевых действий в Афганистане и Чечне – Зескова Вячеслава Петровича. Он рассказал о сво-

ей боевой жизни, о своих товарищах – о тех, с кем проходил службу, кто не жалея жизни выполнил с честью и достоинством свой воинский долг перед Отчизной. Ребята восторженно смотрели на боевые ордена и медали гостя, особенно всех впечатлил орден Мужества.

В рамках международной акции «Свеча Памяти» проводился литературно-патриотический медиа-час «Это страшное слово – война».

Ребята читали стихи о войне, прослеживали по литературным произведениям страдания детей и взрослых из-за того, что в их жизнь вверглась война, смотрели медиа-презентацию, которая наглядно показала, как война разрушает жизнь, природу, целые города и деревни.

При этом учащиеся МБОУ Школа №3, познакомили ребят со своим школьным музеем героя Советского Союза Вадима Фадеева и провели виртуальную экскурсию по этому музею. Коллектив «Бард-вокала «Успех» и руководитель Н.А. Лосева (Школа №3) выступили с концертной программой, посвященной Великой Отечественной войне. Затем зажгли свечи и почтили память всех павших и не пришедших с той страшной войны. В завершении мероприятия участники возложили цветы к мемориалу памяти павшим в Великой Отечественной войне, установленному на территории Технического лицея. На мероприятии присутствовали представители Совета микрорайона «Шипка-2: председатель координационного совета.

В Муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении «Школа №48» был проведен исторический рекем «Кипела волжская вода», приуроченный к годовщине освобождения Сталинграда от фашистских захватчиков.

На мероприятии ребята познакомились с одним из самых трагических периодов истории Великой Отечественной войны – Сталинградской битвой, узнали о дне сталинградской катастрофы – 23 августа 1942 года, когда

почти полностью был разрушен и сожжен город, о пылающей в огне Волге и о трагедии его жителей. Под кадры видеоролика были прочитаны воспоминания детей, которым выпало стать очевидцами этих страшных событий.

Ребята узнали биографии отдельных героев-защитников Сталинграда и истории семей, жизнь которых разбили фашисты. Учащиеся слушали записи воя сирены и звуков канонады, а также голос Юрия Левитана, вещавшего о продвижении войск в ходе Сталинградской битвы. В завершении под метроном все почтили память героям-сталинградцам. Мероприятие расширило знания ребят о Сталинградской битве и помогло немного иначе взглянуть на подвиг ее участников.

Совместно с ТОС Шипка Промышленного района г.о. Самара библиотека не однократно принимала участие в благотворительном празднике «Белый цветок» (в рамках проекта «Добрый город»)

Акция «Белый цветок» была посвящена возрождению традиций милосердия и благотворительности. Устроители акции – «Союз женщин г.о. Самара», администрация Промышленного района. На мероприятии присутствовали председатель «Союза женщин г.о. Самара», представители администрации Промышленного района. С приветственной речью выступил депутат Самарской Губернской Думы В.А. Воропаев, а также депутат Промышленного района г.о. Самара.

Активное участие в акции приняли школы, детские сады, Центр дополнительного образования «Искра», Детский оздоровительный центр «Бригантина», которые подготовили большую концертную программу. Бабушки, дедушки, мамы и папы с удовольствием подпевали артистам и приплясывали в такт веселой музыке.

Библиотека №18 МБУК г.о. Самара СМИБС организовала книжную выставку-буккроссинг и две интерактивные площадки, на которых все желающие могли позна-

комиться с историей проведения акции «Белый цветок», принять участие в викторинах, вспомнить пословицы и поговорки о милосердии, а также проявить эрудицию и находчивость, участвуя в веселых конкурсах. Все участники активно отвечали на вопросы и получили массу положительных эмоций.

В Государственном бюджетном образовательном учреждении Самарской области «Школа-интернат №115 для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья городского округа Самара» сотрудниками библиотеки для учащихся с ограниченными возможностями был организован и проведен театрализованный коллаж «Праздник беззаботного детства и счастливого лета». В рамках проведенного мероприятия учащиеся с ограниченными возможностями здоровья смогли погрузиться в театрализованный мир сказочных героев.

Сначала ребята называли слова, обозначающие явления, предметы и процессы, так или иначе связанные с детством и летом. Затем перед ребятами с ОВЗ были разыграны сказки на современный манер «Репка», «У Лужкоморья» и «Колобок». Дети не только должны были внимательно смотреть и слушать, но потом постараться ответить, какие нововведения они заметили в интерпретированной постановке этих сказок и что особенно им понравилось. Мероприятие прошло очень весело и интересно.

В ГКУ СО «КЦ СО «Ровесник» для детей попавших в трудную жизненную ситуацию было проведено виртуальное экологическое путешествие «Жигулевская сказка». Благодаря ему ребята совершили виртуальное экологическое путешествие по Жигулевскому заповеднику, выяснили, чем отличается заповедник от национального парка, познакомились с легендами Жигулей, животным и растительным миром заповедника и национального парка «Самарская Лука», с помощью красочной презентации посетили самые красивые места Самарской Луки. Познако-

мившись с героями мультфильма «На лесной тропе», ребята поразмышляли о том, как не надо вести себя в лесу. Затем все с увлечением участвовали в экологической викторине.

В Центре дополнительного образования детей «Искра» городского округа Самара. Сотрудниками библиотеки была организована познавательная-игровая площадка «Мир животных: летняя фантазия». Мероприятие было выстроено по блокам. В блоке «Мир живой природы» ребята в игровой форме познакомились с разнообразием животного мира. Блок «Попробуй повтори» был посвящен практическому изучению движений животных посредством игрового повторения их основных двигательных элементов. В блоке «Кто самый ловкий» состоялось состязание между командами, построенное на имитации поведения животных. В блоке «Угадай голос» ребята определяли голоса представителей животного мира на основе звучащего голоса представителя живой природы. Красочная презентация, видеоролик и записи голосов животных и птиц позволили наглядно продемонстрировать своеобразие живой природы. Все участники оценили мероприятие на «отлично».

Имеются в опыте работы библиотеки и мероприятия, которые проводились в рамках локальных проектов с привлечением сразу нескольких социальных партнеров. Например, это вечер-встреча «Не забудем мы подвиг героя» (в рамках проекта «Улица имени героя» (к 100-летию Вадима Фадеева). Учащиеся школы №3 рассказали о подвиге Вадима Фадеева, о школьном музее, где они проводят экскурсии, а затем с помощью презентации, созданной школьниками совместно с библиотекарями, прошла виртуальная экскурсия по улице Вадима Фадеева. В свою очередь воспитанники Центра «Ровесник» представили выставку рисунков, посвященных Великой Отечественной войне, читали стихи и исполняли песни военных лет. Люди

старшего поколения поделились своими воспоминаниями, состоялся душевный разговор между поколениями об историческом наследии и необходимости его сохранения.

И список таких примеров можно было бы продолжить.

То есть библиотека, чутко откликаясь на пожелания своих социальных партнеров, смогла стать в одних случаях площадкой для социокультурной деятельности, в других – соавтором интересных красочных и актуальных мероприятий.

И именно социальное партнерство эффективно способствовало формированию положительного имиджа библиотеки в местном сообществе.

Список литературы

1. *Мурашко О.Ю.* Социальное партнерство как фактор успешной деятельности библиотек. М.: Литера, 2008. 144 с.
2. *Семигин Г.Ю.* Социальное партнерство в современном мире. М.: Мысль, 1996. 226 с.
3. *Туралина Н.А., Мурашко О.Ю.* Библиотечное партнерство как элемент современного социального взаимодействия // Дискуссия. 2015. № 8. С. 94-99.

Программа межрегионального круглого стола
**«Имидж библиотек и библиотекарей:
как изменить стереотипы»**

Ведущий

Дедюля Светлана Степановна, ГБУК «Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева», директор, вице-президент РБА, председатель Секции центральных библиотек субъектов Российской Федерации

№ п/п	ФИО	Тема
1	Афанасьев Михаил Дмитриевич , ФГБУК «Государственная публичная историческая библиотека России», директор, Президент Российской библиотечной ассоциации	Приветствие участников круглого стола
2	Басов Сергей Александрович , ФГБУ «Российская национальная библиотека», заведующий научно-методическим отделом, вице-президент Петербургского библиотечного общества, председатель Секции «Библиотечные общества и ассоциации» РБА	Осторожно, «ХаХатон»: имидж библиотеки в условиях постмодерна примитивизации общества...
3	Кукатова Галина Ивановна , ГБУК «Брянская област-	Имидж Брянской областной научной универсальной библиотеки им. Ф.И.

	ная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева», заместитель директора	Тютчева глазами читателей: результаты исследования
4	Неустроева Аиза Борисовна , ГКУ Республики Саха (Якутия) «Национальная библиотека Республики Саха (Якутия)», Академия наук Республики Саха (Якутия), научный сотрудник	Библиотека глазами библиотекарей: результаты социологического опроса
5	Чудинова Вера Петровна , ФГБУК «Российская государственная детская библиотека», главный научный сотрудник	Представления и мифы о библиотеке и библиотекаре: взгляд социолога
6	Алдыбаева Елена Эдуардовна , ГАУ ЯНАО «Национальная библиотека ЯНАО», библиотекарь отдела рекламы и продвижения библиотеки	Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности
7	Морозова Анна Лолиевна , Издательская группа «КНОРУС», методист онлайн-проектов	Библиотекарь 3.0. Выходим в публичное пространство
8	Никонова Ольга Андреевна , Издательская группа «КНОРУС»,	Библиотечный маркетинг. Современные инструменты продвижения как спо-

	руководитель отдела маркетинга	соб взаимодействия с читателем
9	Расторгуева Наталья Антоновна, Государственное учреждение культуры Луганской Народной Республики «Луганская Республиканская универсальная научная библиотека имени М. Горького», директор	Старые песни о главном. Имидж библиотеки: локусы, жанры, стратегии
10	Рачинский Юрий Алексеевич, Учреждение «Гомельская областная универсальная библиотека им. В.И. Ленина», заведующий отделом библиотековедения	В движении к идеалу: слагающие имиджа библиотеки
11	Груздева Елена Геннадиевна, Государственное учреждение культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской», библиотечкарь	Профессиональные качества современного библиотекаря (из опыта работы отдела искусств ДРУНБ им. Н.К. Крупской)
12	Курашова Светлана Викторовна, Учреждение «Гомель-	Имидж библиотекаря как фактор успешности библиотеки

	ская областная универсальная библиотека им. В. И. Ленина», учёный секретарь	
13	Абросимова Наталия Владимировна, ГАУК Ярославской области «Ярославская областная универсальная научная библиотека имени Н.А. Некрасова», заместитель директора по научной работе	Деловая переписка как элемент имиджа библиотеки
14	Бальбус Оксана Михайловна, Государственное учреждение Луганской Народной Республики «Лутугинская центральная районная библиотека», библиотекарь отдела обслуживания	Пути активизации влияния на читателей через имидж библиотеки и библиотекаря
15	Романченко Ирина Анатольевна, МБУК «ЦБС» г. Воронежа библиотека №37 им. В.А. Добрякова, главный библиотекарь	Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности
16	Губанова Анастасия Андреевна, Государственное учреждение культуры Тульской области «Региональный библиотечно-	Имидж библиотечного специалиста

	информационный комплекс», библиотекарь отдела социокультурных и просветительских проектов	
17	Ковалева Ольга Викторовна, Библиотека-филиал №26 муниципального бюджетного учреждения «Централизованная библиотечная система Энгельсского муниципального района», заведующий филиалом	Имидж профессии библиотекаря. Разрушаем стереотипы
18	Заболотных Елена Геннадьевна, Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Берёзовская средняя общеобразовательная школа №2», педагог-библиотекарь	Роль библиотекаря в формировании положительного имиджа библиотеки
19	Козыряцкая Ольга Владимировна, МУК «Таврическая центральная межпоселенческая библиотека имени Рябинина К.А.», заведующий отделом библиотечных инноваций и информационных технологий	Имидж #Рябининки: как соединить приятное с полезным (роль библиотекаря в формировании положительного имиджа библиотеки в информационном пространстве региона)
20	Колгина Майя Владимировна,	М-фактор: представления молодежи о работе в биб-

	ГБУК СК «Ставропольская краевая библиотека для молодежи имени В.И. Сядневой», заведующий отделом методической работы	лиотеке как основа для развития профессионализма
21	Березовой Родион Николаевич, ГАУ ЯНАО «Национальная библиотека ЯНАО», библиотекарь отдела информатизации библиотечных процессов	Веб-сайт библиотеки как средство создания позитивного имиджа
22	Слепцова Анна Ивановна, Муниципальное бюджетное учреждение «Централизованная библиотечная система» Городского округа «город Якутск», заместитель директора по библиотечной работе	Из офлайна в онлайн: перереформатирование проектной деятельности муниципальных библиотек г. Якутска и ее отражение на сайте
23	Чоботова Владилена Олеговна, Государственное учреждение культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека имени Н.К. Крупской», заведующий отделом маркетинга	Работа в социальных сетях как средство создания позитивного имиджа библиотеки
24	Тимофеева Юлия Константиновна,	Сайт городской библиотечной системы: стиль,

	Муниципальное бюджетное учреждение культуры городского округа Самара «Самарская муниципальная информационно-библиотечная система» (МБУК г.о. Самара «СМИБС»), заместитель директора	имидж, маркетинг
25	Пушкарская Екатерина Олеговна , КГБУ «Алтайская краевая универсальная научная библиотека им. В. Я. Шишкова», специалист по связям с общественностью	Проблемы имиджа библиотек и библиотекарей
26	Антоненко Светлана Алексеевна , ГБУК РО «Рязанская областная универсальная научная библиотека имени Горького», главный научный сотрудник научно-методического центра отдела организационно-методической и образовательной деятельности	Имидж библиотеки как основа ее успешной деятельности
27	Варзина Светлана Темуриевна , Муниципальное бюджетное учреждение культуры «Суздальская районная централизо-	Сельская библиотека: простой и доступный путь продвижения на личном примере

	ванная библиотечная система», заведующий библиотекой-филиалом с. Сновицы	
28	Гизуля Татьяна Юрьевна, Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Централизованная библиотечная система Петроградского района», заведующий методическим отделом	Библиотека Ленина. Перегрузка (имидж библиотеки как основа её успешной деятельности)
29	Сидоренко Лилия Сергеевна, Государственное бюджетное учреждение культуры «Самарская областная универсальная научная библиотека», заведующий отделом литературы на иностранных языках	Образ библиотекаря в источниках на иностранных языках
30	Максименкова Марина Александровна, Муниципальное бюджетное учреждение «Централизованная библиотечная система Энгельсского муниципального района» филиал №17, Саратовская обл., заведующий	«Давайте знакомиться! Библиотекарь!»
31	Орлов Виктор Владимирович,	Социальные сети и новые медиа как средство созда-

	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент	ния позитивного имиджа библиотечной профессии
32	Прасова Наталья Викторовна , Смоленская областная универсальная научная библиотека им. А.Т. Твардовского, заведующий консультационно-методическим отделом	Веб-сайт как способ популяризации деятельности библиотек (На примере информационной составляющей сайтов централизованных библиотечных систем Смоленской области)
33	Першуков Максим Юрьевич , Муниципальное казенное учреждение культуры «Централизованная библиотечная система» города Челябинска, библиотекарь Сектора культурных инициатив	Реклама – имидж библиотеки
34	Рогожина Людмила Дмитриевна , Филиал Библиотека №18 МБУК г. о. Самара «Самарская муниципальная информационно-библиотечная система», главный библиотекарь	Преобразование имиджа библиотекаря в результате изменения его профессиональных функций

Коротко об авторах

Гизуля Татьяна Юрьевна, заведующий методическим отделом Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения «Централизованная библиотечная система Петроградского района»

Груздева Елена Геннадиевна, библиотекарь государственного учреждения культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской»

Коваленко Елена Владимировна, ведущий библиотекарь филиала Библиотеки №18 МБУК г.о. Самара «Самарская муниципальная информационно-библиотечная система»

Колгина Майя Владимировна, заведующий отделом методической работы государственного бюджетного учреждения культуры СК «Ставропольская краевая библиотека для молодежи имени В.И. Слядневой»

Кукатова Галина Ивановна, заместитель директора государственного бюджетного учреждения культуры «Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева»

Максименкова Марина Александровна, заведующий Муниципальным бюджетным учреждением «Централизованная библиотечная система Энгельсского муниципального района» филиала №17, Саратовская обл.

Орлов Виктор Владимирович, доцент Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»

Прасова Наталья Викторовна, заведующий консультационно-методическим отделом Смоленской областной универсальной научной библиотеки им. А.Т. Твардовского

Пушкарская Екатерина Олеговна, специалист по связям с общественностью КГБУ «Алтайская краевая универсальная научная библиотека им. В.Я. Шишкова»

Рогожина Людмила Дмитриевна, главный библиотекарь филиала Библиотеки №18 МБУК г.о. Самара «Самарская муниципальная информационно-библиотечная система»

Романченко Ирина Анатольевна, главный библиотекарь МБУК «ЦБС» г. Воронежа библиотека №37 им. В.А. Добрякова

Чоботова Владилена Олеговна, заведующий отделом маркетинга государственного учреждения культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека имени Н.К. Крупской»

Содержание

Вступление	3
Кукатова Г.И. Имидж Брянской областной научной универсальной библиотеки им. Ф.И. Тютчева глазами читателей: результаты исследования.....	4
Груздева Е.Г. Профессиональные качества современного библиотекаря (из опыта работы отдела искусств ДРУНБ им. Н.К. Крупской).....	13
Романченко И.А. Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности.....	25
Колгина М.В. М-фактор: представления молодежи о работе в библиотеке как основа для развития профессионализма.....	31
Чоботова В.О. Работа в социальных сетях как средство создания позитивного имиджа библиотеки.....	39
Пушкарская Е.О. Не превращаться в тыкву.....	55
Гизуля Т.Ю. Библиотека Ленина. Перегрузка (имидж библиотеки как основа её успешной деятельности).....	66
Максименкова М.А. «Давайте знакомиться! Библиотекарь!».....	75
Орлов В.В. Социальные сети и новые медиа как средство создания позитивного имиджа библиотечной профессии.....	78

Прасова Н.В. Веб-сайт как способ популяризации деятельности библиотек <i>(На примере информационной составляющей сайтов централизованных библиотечных систем Смоленской области)</i>	86
Рогожина Л.Д. Преобразование имиджа библиотекаря в результате изменения его профессиональных функций.....	96
Коваленко Е.В. Социальное партнерство как элемент имиджа современной библиотеки.....	105
Программа круглого стола	114
Коротко об авторах	123