



ЗАОЧНАЯ ШКОЛА БИБЛИОТЕКАРЯ

С. МАТЛИНА,
ведущий научный сотрудник РГБ,
кандидат педагогических наук

Благоприятный имидж библиотеки

Уважаемые коллеги, начавшие свои занятия в нашей "Заочной школе"! В редакцию поступил ряд вопросов, касающихся условий и порядка обучения. Отвечаем.

1. Надо ли платить за обучение?

НЕ НАДО. За обучение своих читателей платит журнал.

2. В какой срок нужно выполнить задания? В какой последовательности выполнять работы?

До 1 февраля 2004 года все выполненные задания должны быть присланы в адрес "ШБ". Необходимо выполнить задания, опубликованные в "ШБ", начиная с № 1 за 2003 г.

3. Как оформлять работы: в рукописном или машинописном виде?

В любом виде. Единственное условие: ваш почерк должен быть разборчивым.

4. Существует ли возрастной ценз для поступления в нашу школу?

Не существует. Редколлегия и преподавательский состав единодушны в своем мнении о том, что учиться не только можно, но и должно в любом возрасте, двадцать лет человеку или девяносто.

Уважаемые друзья! Если вы действительно решили пройти предлагаемый курс обучения, форсируйте работу. Только при условии успешного выполнения всех заданий вам будет выдано удостоверение государственного образца об окончании Заочной школы по курсу "Общее библиотековедение".

В занятия "Системная сущность библиотеки" высказывалось положение о значении **внешней среды** в работе школьной библиотеки. Подчеркивалось, что роль среды в известной мере выполняет руководство школы, которое ставит задачи перед библиотекой, осуществляет ресурсную поддержку и контролирует процесс реализации этих задач.

Поэтому не случайно библиотекарь стремится произвести наиболее благоприятное впечатление на руководящий состав школы. Именно ему адресуют отчеты о проделанной работе, выявляют мнения и оценки дирекции о конкретных мероприятиях, стараясь подчеркнуть значимость библиотеки в школьной жизни.

При этом иной сотрудник забывает, что главным адресатом его деятельности остаются учащиеся и педагоги (См. занятие "Миссия библиотеки"). Если регулярно не удовлетворяют их запросы, если школьная библиотека выглядит не слишком уютно, а еще хуже, когда в ней и ребенку и взрослому просто скучно, тогда у пользователей пропадает к ней интерес. В этом случае теряется смысл деятельности библиотеки, хотя формально (судя по документации) она продолжает функционировать.

Как создать привлекательный образ библиотеки в глазах тех, ради кого она создана? Прежде всего, это зависит от уровня развития библиотечных ресурсов. Начнем с того, что помещение не должно быть тесным – существуют опреде-



ленные нормы, предусматривающие зависимость его размера от числа реальных и потенциальных пользователей библиотеки, в первую очередь, учащихся школы. (См. занятие “Организация работы библиотеки”). Но случается, что даже в просторном помещении доступ посетителей к стеллажам затруднен – иногда это делается из-за соображений сохранности фонда. В оптимальном варианте маленький или взрослый читатель должен иметь свободный доступ ко всем имеющимся книгам и периодическим изданиям. Наиболее редкие и ценные можно держать в застекленных шкафах или витринах. При этом библиотекарь изыскивает возможность передать их желающим непосредственно в руки, контролируя процесс работы с ними в читальном зале.

Как правило, размеры такого зала невелики. Тем более важно, чтобы столы и стулья здесь были расставлены как можно удобнее для пользователей. Лучше избегать их монотонной расстановки двумя параллельными рядами. Всё зависит от размеров помещения, освещения, а также вкуса библиотекаря: иногда используют элементы “шахматной” расстановки или сдвигают два-четыре стола, чтобы нескольким ребятам удобнее было работать вместе над картой, чертежом или выкройкой по заданию разных учителей. Работая в библиотеке, ребёнку или взрослому хочется сменить обстановку после занятий в школьном классе – **пребывание в “книжном доме”, даже обусловленное деловыми запросами, должно включать элементы релаксации.** Цветы на окнах, индивидуальное освещение (настольные лампы с мягким светом), использование удобной цветовой гаммы – все эти и другие элементы комфортности обычно служат привлечению в библиотеку.

Без книжного фонда, как уже указывалось в предыдущих занятиях, библиотека просто существовать не может. Какой ребенок или взрослый захочет сюда ходить, если на свой запрос он постоянно слышит в ответ “у нас этой книги (статьи) нет”. Достаточно нескольким учащимся или педагогам разочароваться в ресурсных возможностях библиотеки, чтобы в школе утвердилось стойкое мнение: “А зачем туда ходить? Там всё равно ничего нет”. Это тревожный знак: у библиотеки сложилась негативная репутация.

Чтобы избежать или смягчить подобную ситуацию, библиотекарь старается не только формировать фонд в соответствии с учебными программами, а также программами внеклассного чтения (см. предыдущие занятия), но и изучать запросы своих пользователей. Это позволяет корректировать планы комплектования и даёт основания более тщательно работать с периодическими изданиями. Библиотекарь также постоянно изучает

свой фонд, просматривает новые поступления книг, а также периодические издания, регулярно пополняя картотеку статей. Отдельные публикации из популярных журналов часто выручают в тех случаях, когда школьнику или педагогу требуется новый материал, противоречиво освещённый или вовсе не раскрытый в учебнике.

Итак, благоприятный имидж библиотеки формируется путем **создания комфортных условий обслуживания.** Имеется в виду не просто налаженное комплектование фонда – о чём сегодня остается только мечтать многим школьным библиотекарям, но и способность путем имеющихся ресурсов удовлетворять запросы в помощь учебному процессу, повышению общеобразовательного уровня, расширению кругозора, нравственной и интеллектуальной подпитке учащихся.

Другое важное обстоятельство, влияющее на формирование привлекательного образа библиотеки, связано с **личностными особенностями** её сотрудника. Речь идёт о коммуникативных способностях, т.е. умении не просто передать информацию, но и выслушать пользователя, помочь ему уточнить запрос, который, как показывает практика, не всегда легко сформулировать и взрослому, и тем более ребёнку. Настоящему профессионалу присуще умение корректно расспросить посетителя о прочитанном, при необходимости заменить или дополнить рекомендованную учителем литературу. Зато, подружившись с библиотекарем, и юные читатели, и педагоги видят в нем умного советчика, общение с которым далеко выходит за рамки книжного дела.

Такие библиотекари – интеллектуалы, энтузиасты, заводилы совместно с учителями и учениками создают Театры книги, участвуют в краеведческих марафонах и городских (районных) конкурсах знатоков, организуют серии литературно-музыкальных вечеров, посвященных различным темам. Просветительская деятельность, в которую вовлечены педагоги, ученики, их друзья и родители обычно выходит за рамки школы, что повышает социальный статус библиотеки, создавая самое благоприятное представление о ней у местного населения. Одним из условий эффективности такой просветительской деятельности являются **партнерские отношения** с местными муниципальными учреждениями: библиотекой, Домом культуры, музыкальной школой.

В последние годы круг партнёров школьной библиотеки расширяется за счет музеев, архивов, средств массовой информации (СМИ). Например, школьники г. Пскова при содействии краеведческого филиала централизованной городской системы получили доступ к областному



архиву. Самые интересные исторические разыскания, берущие на ежегодном областном конкурсе призовые места, публикует местная пресса. Кроме того, они остаются в архивном фонде как школьной, так и краеведческой городской библиотеки, и затем многократно используются новыми поколениями юных следопытов.

Появление публикаций в местных газетах о школьной библиотеке – идет ли речь о сотрудничестве с экологическими или военно-патриотическими организациями – служит для неё отличной рекламой, даёт основание ребятам и администрации гордиться ею. Внешние факторы, положительно влияющие на репутацию библиотеки, часто называют **PR – паблик рилейшенз**, что буквально переводится как “связи с общественностью”, но по смыслу означает формирование положительной репутации у местного сообщества.

Не меньшее значение для благоприятного имиджа библиотеки имеет **реклама внутренняя**. Уже в школьном вестибюле ребят обычно встречает специальный стенд или уголок с примерным заголовком “Твоя библиотека ждет тебя!”. Здесь помещают сведения о часах работы, основных услугах, оперативную информацию о книжно-иллюстративной или вещно-иллюстративной выставке, которая в данный момент организована в библиотеке. Хорошо бы не забыть указать имя, отчество и фамилию её хозяйки, а также имена ребят, членов библиотечного совета; отличившихся “санитаров” “Книжкиной больницы”; школьников, подаривших библиотеке личные книги.

Формами рекламы становится информация о библиотеке, регулярно звучащая по школьному радио, а также отражающаяся в стенной или издаваемой типографским способом газете. Информационным поводом может стать поступление новой партии книг или номеров журналов – с кратким обзором их содержания; сообщение о готовящемся утреннике или вечере; объявление благодарности ребятам, оказавшим содействие в проведении весенней или осенней (накануне 1-го сентября) уборки библиотеки, оформлении её помещения к юбилею писателя, обработке новых книг (приклеивание кармашков и т.д.) и пр. Каждое сообщение библиотекарь открывает или заключает так называемым **слоганом** (лозунгом, ёмкой по смыслу формулировкой), который создаёт установку для восприятия информации, позволяет лучше усвоить и прочнее запомнить ее. Приведем примеры таких слоганов: “Это – **ВАША** библиотека”, “Библиотека работает для Вас”, “Библиотека готова предоставить Вам все свои книжные сокровища”, “Не забудь зайти в библиотеку: книжки скучают без тебя”.

Как правило, эффективность библиотечной рекламы, как и всей работы по созданию благопри-

ятной репутации, во многом обеспечивается участием общественников, или, как их называют за рубежом, волонтеров. Из приведенных выше положений видно, сколь велико поле деятельности для добровольных помощников школьного библиотекаря, который чаще всего работает в единственном числе. Во многих школах в число волонтеров входят как ученики, так и педагоги. Без их совместного участия библиотекарю трудно подготовить литературно-музыкальную программу, спектакль или праздник, более того, каждодневно помогать учебному процессу, осуществлять информационную, воспитательную, просветительскую Миссию.

Вопросы:

1. Зачем школьной библиотеке заботиться о своем благоприятном имидже? Какие эффекты она получает при этом?
2. Назовите основные элементы деятельности, способствующей созданию благоприятной репутации школьной библиотеки? Соотносятся ли между собой комфортность обслуживания и “внешние” связи библиотеки с партнерами по информационной и культурной деятельности?
3. Охарактеризуйте формы рекламы школьной библиотеки. Какие из них, по Вашему мнению, могут быть использованы в Вашей работе?
4. Назовите направления работы, где может быть использована помощь волонтеров – учащихся и педагогов. Можно ли, по Вашему мнению, расширить ее возможности?
5. Поразмышляйте, какие профессиональные и личностные качества необходимы школьному библиотекарю, чтобы пользователи видели в нем не исполнителя, но знатока книги, советчика, помощника в учёбе и других сферах жизни?

ЛИТЕРАТУРА:

1. Матлина С.Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама: Практическое пособие. – Изд.2 – доп. и перераб. – М.: Либерея, 2000. – 128 с.; ил.
2. Ашервуд Б. Азбука общения, или Public relations библиотеки. – М., Либерея, 1995. – 174 с.
3. Михнова И.Б., Цесарская Г.Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория, методика, практика. – М., 1996. – 220 с.
4. Авраева Ю., Шишмарева Е. Как создать новый имидж // Библиотека. – 1999. – №11. – С.21–23.
5. Киселева В. Внутреннее оформление и выставочная работа в школьной библиотеке// Школьная библиотека. – 2001. – №8. – С. 33–37.
6. Мужикова Е.Ф. “Видимая” библиотека и наглядность//Школьная библиотек. – 2003.– № 3. – с.30–37