

Имидж библиотек и библиотекарей: как изменить стереотипы

*Михайлова Ульяна Сергеевна,
начальник пресс-службы библиотеки*

Основной задачей Псковской областной универсальной научной библиотеки имени Курбатова - и я уверена, что в этом вопросе мы солидарны с коллегами из других регионов России, является продвижение книги и чтения. Быть и оставаться центром притяжения жителей областного центра, сделать так, чтобы сюда приходили семьями, чтобы печатные книги были востребованы и находили своего читателя, чтобы библиотека ассоциировалась с оазисом тепла и уюта - эти и многие другие задачи невозможны без целенаправленных шагов по формированию положительного имиджа библиотеки.

В его создании нет и не может быть мелочей. Он состоит из множества факторов, каждый из которых важен не столько сам по себе, сколько в комплексе с другими. Это как пазлы - стоит какому-то потеряться, как целостная картина рассыпается. Поэтому работу мы ведем по всем направлениям, не отдавая предпочтения какому-либо одному.

Формируя положительный имидж библиотеки, мы исходим из интересов читателей. Знание их потребностей и психологии диктуют следующие принципы.

Принцип первый. У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление

Перефразируя известную поговорку, рыба ищет там, где глубже, а человек - где красивее. Эстетика всегда привлекает внимание. Первое, что видит читатель, входя в библиотеку - стильная надпись «Областная научная библиотека имени В.Я.Курбатова». В фойе на стоке регистрации - дежурные библиографы, которые помогут сориентироваться в расположении отделов и подробно ответят на все вопросы. Сотрудники неизменно доброжелательны и с улыбкой на лице умеют разгружать любые спорные ситуации. В фойе – мягкие диванчики, книжный киоск, постоянно обновляются фото и художественные экспозиции. Можно выпить зерновой кофе из автомата. Для тех, кому трудно подниматься на 3 этаж, установлен лифт.

Нашей «фишкой», которой нет ни в одной библиотек Псковской области, является библиотечный робот Сережа – очень обаятельный и образованный собеседник, много знающий про книги и библиотеку.

Принцип второй. Встречаем по одежке, провожаем по уму

На положительный имидж библиотеки работает не только внешний вид сотрудников (а дресс-код у нас установлен – светлый верх, черный низ и бордовый шарфик), но и в первую очередь их профессионализм. Наши коллеги не боятся смелых экспериментов. Еще в лихие 90-ые областная научная библиотека первая среди учреждений культуры региона начала внедрять систему информатизации и автоматизации, а в 2005 году первой в России в отрасли культуры стала выстраивать свою работу в системе менеджмента качества, не раз убедившись в эффективности такого подхода.

А еще у нас есть брендовые мероприятия, о которых знает все библиотечное сообщество России: это прежде всего Международный книжный форум «Русский

Запад», фестиваль по продвижению книги и чтения «Осень в Михайловском». Международная школа качества.

Принцип третий: от нас не уходят, к нам возвращаются

А возвращаются туда, где находят то, что ищут. Наши читатели обращаются к нам в поисках информации – и находят ее.

В рамках дистанционного правового информирования населения на сайте библиотеки есть рубрика Центра социальной, деловой и правовой информации «Правовой навигатор», которая содержит много полезной информации. Это статьи, презентации, видеозаписи, открытые лекции, тематические встречи с экспертами и лидерами мнений в области права. Работает Центр общественного доступа, основная задача которого - услуга по взаимодействию наших граждан-пользователей библиотеки с государственными органами посредством применения информационно-коммуникационных технологий Электронного правительства. У нас есть читатели, которые пользуются услугами Центра на протяжении долгих лет.

Принцип четвертый. У всех на слуху

Сотрудничество со средствами массовой информации – важная составная часть рекламной и информационно-имиджевой политики современной библиотеки, и эта часть работы, как профессиональному журналисту и начальнику пресс-службы библиотеки, мне особенно близка.

27 лет я работала в областной газете, поэтому ситуация со средствами массовой информации в регионе и механизмы взаимодействия с ними мне известны, что называется, из первых уст. Так же мне известно, что новости культуры никогда не попадали в топ новостей. И признаюсь вам откровенно, в нашем регионе переломить ситуацию очень и очень непросто. Но мы не теряем надежды на то, что миссия выполнима. И стараемся использовать любой повод, чтобы привлечь внимание жителей региона к деятельности библиотеки.

В этом году этот повод более чем веский – 190 со дня образования псковской губернской библиотеки, преемником которой мы являемся. У нас разработана и активно реализуется программа юбилейных мероприятий, включающая и пиар-компанию в средствах массовой информации, которые, к слову, активно откликаются на наши предложения и инициативы. Журналистам нужны яркие поводы, нам – популяризация книги и чтения. Сотрудничество, выгодное во всех отношениях.

Самыми рейтинговым в нашем регионе являются два электронных СМИ - Псковское Агентство Информации и Псковская Лента Новостей, Всероссийская телерадиокомпания «Псков», Телеканал Первый Псковский, Радио «Россия», «Седьмое небо» . Мы сотрудничаем с каждым. Любая новость, публикуемая на сайте, рассматривается с точки зрения возможного интереса для СМИ. Сообщаем о мероприятиях, акциях, выставках, значимых достижениях. Стараемся адаптировать тексты под формат изданий: если нужно, добавляем яркости и креатива, создаем интригу и не забываем всякий раз сообщать контакты библиотеки.

Есть постоянная рубрика на Радио «Россия-Псков» «Читать не вредно», в рамках которой молодые библиотекари рассказывают о книжных новинках. В ближайшее время такая рубрика появится и на телеканале «Первый Псковский». Нередко участники брендовых

мероприятий, организованных нашей библиотекой, становится участниками популярных в регионе теле и радиопрограмм, как это было на недавнем форуме «Русский Запад». В прошлом году в общей сложности библиотека упоминалась в СМИ более шестисот раз. Это новости, теле и радио-репортажи, интервью.

Принцип пятый. У всех на виду

Основными информационными ресурсами, из которых можно почерпнуть подробную информацию о разных сторонах деятельности библиотеки, являются официальный сайт и сообщество библиотеки «Библиоплейс- территория псковского чтения» в социальной сети Вконтакте.

Дизайн и стиль сайта, соотношение размеров шрифтов и основного текста, а также количество графики, грамотный способ подачи материала – таковы составляющие в обеспечении удобства пользователя в работе с сайтом, создании благоприятного впечатления о библиотеке и людях, работающих в ней.

Дизайн сайта Псковской областной универсальной научной библиотеки имени Курбатова выполнен с использованием официального логотипа и корпоративного - бардового - цвета. Материал на главной странице размещен в трех рубриках - новости, выставки и виртуальные выставки, а также под баннерами, которые бросаются в глаза первыми, когда заходишь на сайт. Система навигации максимально проста - в ней может разобраться и пожилой человек, и ребенок. Данные о режиме работы, номера телефонов, названия отделов находятся за один клик.

Самая удобная и важная для читателей опция - поиск книг в электронном каталоге - расположена в самом центре зрительного поля.

Наша задача – максимально сохранить уникальность контента. Поэтому видео и фото на сайте за редким исключением собственные, книги для обзоров снимаем на фирменном фото-фоне. Копипаста стараемся избегать совсем: пишем собственные тексты. А чтобы еще больше очеловечить и разнообразить контент, на сайте есть авторские рубрики «БиблиоЛица» (материалы о ветеранах библиотечного дела) и «Зацепило» (каждый специалист может поделиться своим видением книг, которые находятся в фонде), «Рандеву на Профсоюзной».

При формировании имиджа нельзя недооценивать роль человеческого фактора. Каждый наш сотрудник искренне влюблен в свое дело и хочет, чтобы о библиотеке имени Курбатова узнало как можно больше людей. Поэтому многие выкладывают на своих личных страничках в соцсетях информацию о мероприятиях: концертах, выставках, презентациях, акциях. И, конечно, делятся со своими подписчиками впечатлениями о прочитанных книгах, ведь приобщение к чтению – главное в работе библиотекаря. Все это подогревает интерес псковичей к деятельности библиотеки. Мы всегда остаемся на виду, на слуху.