

БИБЛИОТЕКА И РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 002.55:338.244.018

Джерелиевская И.К.

Формирование рынка информационно-библиотечных услуг

Рассмотрена степень готовности библиотек к рыночным отношениям; проанализированы препятствия, мешающие становлению рынка библиотечно-информационных услуг; внесены предложения по их устранению.

В рамках научного управления (менеджмента) развивается специальная дисциплина — конфликтология. В ее задачи входит выявление и устранение конфликтных ситуаций, т. е. ограничений различного характера, препятствующих естественному протеканию процессов и оптимальному функционированию как отдельного индивида, так и целой оргструктуры.

Чтобы сознательно включиться в процесс управленческого обеспечения развития рынка, важно иметь представление о препятствиях на пути к рынку и о механизмах их устранения. В связи с этим нам видится чрезвычайно важным выявить преграды, мешающие становлению рынка информационно-библиотечных услуг. Этим целям служит предлагаемый анализ.

Под рынком мы понимаем горизонтальные отношения экономического характера, складывающиеся на основе добровольных двусторонних контактов.

Вытесняя бюрократический контроль, рыночный механизм принципиально меняет отношения библиотек и с читателями, и с государством. Доминанта оценки библиотечной деятельности переходит к читателю, который фактом пользования библиотечной услугой как бы участвует в ее производстве. Например, никакая библиотечная акция (читательская конференция, литературный вечер, информационный обзор и т. д.) не может состояться как услуга, если она не затребована пользователем. В связи с этим пользователь является субъектом рыночных отношений. Именно его спрос, понимаемый как желание получить услугу и заплатить за нее, определяет библиотечную деятельность. Плата при этом может быть реализована как в форме налогов, поступающих в муниципальные фонды, так и в форме непосредственной платы за библиотечные услуги.

Библиотека и, следовательно, библиотекарь становятся субъектами рыночных отношений только в том случае, если они сумеют отследить спрос пользователя, сформировать соответствующие этому спросу ресурсы и систему их применения. В противном случае библиотека рискует вообще "выпасть" из отношений с читателем, т. е. "потерять" эти отношения, так как других по характеру отношений читатель просто не приемлет.

Являясь субъектами рынка, библиотекарь и читатель тем не менее играют разные роли. Первый выступает в роли производителя библиотечных услуг, второй — в роли заказчика.

В то же время следует заметить, что на взаимодействие "библиотекарь — читатель" влияет позиция государства. До недавнего времени эта позиция была столь могущественна, что практически все связи библиотеки с пользователями реализовывались через государственные органы управления. Библиотечная деятельность финансировалась этими структурами, и только ими. С экономической точки зрения такая ситуация обусловлена правом собственности государства на библиотечные фонды, помещения и оборудование. В контексте управленческой проблематики описанная ситуация характеризовала библиотеку как бюрократическую организацию, поскольку библиотека сама решала, что нужно потребителям. (Вспомним, что в течение десятилетий отечественная публичная библиотека ориентировала свою деятельность на так называемого массового читателя, устанавливала жесткий порядок его обслуживания.)

Мировой практике известны случаи функционирования частных библиотек, но, как правило, основные расходы по содержанию библиотек несет государство. Однако при наличии общественных рыночных отношений бюджет не является единственным источником финансирования библиотек. Они получают возможность выстраивать непосредственные экономические отношения и с фирмами, и с частными лицами. Экономическая мотивировка этих взаимоотношений в разных странах различна. Так, в Германии, стремясь получить определенную компенсацию за расходы, связанные с возрастающими ценами на первоисточники, библиотеки берут плату за услуги, требующие использования автоматизированных средств. В США библиотеки пытаются возместить огромные расходы, вызванные высоким уровнем автоматизации, за счет пользователей, взимая с них плату за поисковые операции. В Японии все дорожающее содержание библиотек компенсируется платным дистанционным библиотечным обслуживанием и копированием документов. Однако во всех названных случаях общие правила откорректированы для социально небеспеченных слоев, имеющих определенные льготы, причем не всегда за счет государства. Нередко библиотеки самостоятельно осуществляют социальные программы, взимая плату только с обеспеченных слоев (за определенный вид

услуг достаточно высокую). Таким образом происходит своего рода социальное перераспределение: богатые как бы частично оплачивают библиотечное обслуживание бедных. Напоминаю, что речь идет об отдельных, наиболее дорогостоящих услугах.

Деятельность библиотек, направленная на производство услуг традиционного характера, дотируется, как правило, государством, независимо от адресата. Через финансирование определенного набора услуг и, следовательно, через финансирование определенного объема труда, который библиотека затрачивает на указанный набор услуг, государство гарантирует конституционное право своих граждан на равные условия доступа к общественному библиотечному фонду.

Таким образом, часть услуг, которые библиотека способна производить, государство как бы покупает у нее и безвозмездно передает гражданам, независимо от их социального положения.

Одновременно государство может частично оплачивать и нетрадиционные, дорогостоящие услуги для последующей их передачи бесплатно или по льготной цене только социально уязвимым слоям населения. Объем услуг, приобретаемых для всех слоев населения, и набор услуг только для социально незащищенных групп, т. е. объем средств, расходуемых государством на информационное и библиотечное обслуживание граждан, в каждой стране имеет свое количественное выражение в зависимости от общего уровня жизни.

Роль государства в рыночных отношениях определяется специалистами библиотечного маркетинга как роль посредника. Его значение не является вседавающим, как в условиях административно-командного механизма, а обусловлено спросом пользователей, с одной стороны, и стоимостью библиотечной услуги — с другой. Следовательно, государство заинтересовано приобретать библиотечные услуги, актуальные для населения, адекватные его потребностям, при этом недорогие и в широком ассортименте. Стало быть, теоретически государство заинтересовано и в развитии библиотечных услуг, и в совершенствовании технологии их производства.

Наряду с ролью посредника, которая реализуется в основном на муниципальном уровне, государство может выступать и в качестве субъекта рыночных отношений. В этом случае оно проявляет себя как потенциальный заказчик, финансируя развитие новых направлений деятельности на основе программы (чаще — федеральных). Такой роли также сопутствует заинтересованность в расширении ассортимента библиотечных услуг и в совершенствовании технологии их производства. Эта заинтересованность, по мнению специалистов, реализуется в деятельности государственных управленческих структур по снижению рыночных издержек [1]. Рыночные издержки включают затраты по изучению среды, поиску информации о ценах и качестве

необходимых услуг и продуктов, а также расходы, связанные с юридической защитой договоров. При этом важно заметить, что рыночные отношения нуждаются не столько в определенной форме управленческих структур, сколько в определенности их функций. Сущностью своей деятельности эти структуры должны быть нацелены на сокращение издержек, которые обрушиваются на библиотеки в условиях рыночной экономики.

Следовательно, рыночная государственная политика в сфере библиотечного дела в основном определяется двумя факторами: с одной стороны, формированием социальной защиты пользователей библиотечных услуг для обеспечения равных условий доступа всем гражданам к общественному библиотечному фонду; с другой — поддержкой производителей (деятельностью по сокращению их рыночных издержек). При этом организационная форма государственной политики обусловлена наиболее полной возможностью реализации соответствующих функций.

Таким образом, в условиях рынка складывается определенная модель экономического взаимодействия "библиотека — государство — пользователь библиотечных услуг", в которой каждый из субъектов рыночных отношений реализует взаимообусловленные выбор и ответственность.

Однако обозначенная нами модель отношений в настоящий момент практически не работает. Причина, на наш взгляд, кроется в том, что указанные отношения начали складываться еще в условиях тоталитарного режима, т. е. иной идеологии, а потому отягощены неприемлемыми на сегодняшний день социально-психологическими установками и поведенческими стереотипами. Освобождение рыночных отношений от устаревших догм, их коррекция, несомненно, представляет собой движение к рынку.

В настоящее время широко бытует мнение о том, что оздоровление всех сфер общественной жизни сопряжено с сокращением количества чиновников. Нам представляется, что зло для общественных демократических преобразований кроется не в чиновнике как таковом, а в характере его деятельности. Основным содержанием его работы прежде было фискальство, а рыночные отношения требуют от него навыков аналитической деятельности и соответствующего информационного потенциала. Если раньше основным мотивом поведения чиновника было желание доказать всем, в том числе и себе, что он — основа государства, то теперь им должно руководить стремление создать условия для свободного развития и проявления личности, которая и является основой государства. Деятельность с подобной мотивировкой носит характер скорее не диктата, а услуги, и в этом смысле она обусловлена потребностями библиотек. С социально-психологической точки зрения чиновник должен быть способен предоставить право, а следовательно, и ответственность за этот выбор — непосредственно библиотекарю. А свою состоятельность он может проде-

монстрировать через аналитико-информационное обеспечение ситуации выбора и укрепление его правовых основ.

Однако современная ситуация обнаруживает прежнее желание управленческих структур (особенно муниципального уровня) ставить библиотеки в зависимость от себя. Это проявляется в саботаже решения о предоставлении библиотекам статуса юридического лица, в стремлении так или иначе ограничить экономическое пространство библиотеки. Сохраняются прежние приоритеты и порядок финансирования библиотек. По большому счету характер взаимоотношений "орган управления — библиотеки" не изменился. Библиотека не имеет полной информации относительно социокультурной ситуации в регионе, в том числе потребностей сферы населения, его групповых интересов и других характеристик, необходимых для разработки маркетинговых программ; не знает цен на товары и услуги других учреждений региона, реакции населения на них, движения цен с учетом всех факторов ценообразования и т. д. Следовательно, как видим, сознание чиновника остается в плену прежних представлений о себе, своей деятельности и отношений с библиотекой.

Происходят ли существенные изменения в отношениях библиотеки с читателем?

Важнейшей особенностью современного читательского спроса, по нашему мнению, является дальнейшее углубление его дифференциации. Спрос отдельных групп характеризуется все большим отклонением от принятой нормы, проявлением в нем индивидуальных и специфических характеристик. Причины этого кроются в основном в демократизации общественной жизни и тех сопутствующих ей процессах, которые отягощают движение общества к демократии (гражданское противостояние, межнациональные войны, бедствие населения и др.).

В то же время современный пользователь информационно-библиотечных услуг, как правило, находится в ситуации острого дефицита времени. Он крайне заинтересован интенсифицировать способы получения информации. Значительно возросли притязания на полноту информации и ее достоверность. Сегодня сколь-нибудь серьезный специалист не удовлетворится информацией только об отечественном опыте. Процессы внедрения в мировое сообщество вынуждают оперативно искать место в мировой культуре и экономике, осваивать наиболее совершенные способы деятельности.

И наконец, нельзя не обратить внимание на тот факт, что рост самоуважения граждан, характерный для настоящего момента общественной жизни, побуждает их относиться с вниманием к тем условиям, в которых они оказываются, активно реагировать на обстоятельства, обеспечивающие или разрушающие психологический комфорт.

С точки зрения этих основных характеристик спроса попытаемся оценить особенности динамики в системе предложений библиотек.

В основе структурирования библиотечного обслуживания по-прежнему остаются ведущими формальными (социально-демографические, профессиональные) признаки: возраст, отраслевая специализация, образование, место работы, не отражающие истинных процессов дифференциации спроса.

Состояние справочно-информационного аппарата, уровень взаимосвязей библиотек, несовершенство классификационных систем не могут гарантировать полной и достоверной информации. Обедненность библиотечных фондов зарубежными изданиями лишает библиотеку возможности стать проводником в мировую культуру. Недостаточное внимание к психологическому состоянию пользователей усугубляет чувство недоверия последних к библиотеке.

Все перечисленное показывает "ненастроенность" библиотеки на спрос, т. е. на активное участие в рыночных отношениях. Этот вывод подтверждается и результатами анализа поведенческих моделей библиотекаря.

В процессе исследования [2] восприятия библиотекарем себя и читателей нами обнаружены феномены, заключающиеся в следующем: в своем поведении с читателем библиотекарь очень традиционен и не склонен к творчеству. Неформальные отношения даются ему с трудом. Он предпочитает придерживаться ролевых отношений, детерминированных инструкциями, рекомендациями, установленным порядком, поведенческими стереотипами. В большинстве случаев библиотекарь не воспринимает себя в качестве субъекта отношений с пользователем, боится и не доверяет ему. В оценке собственной поведенческой стратегии библиотекаря выражены преимущественно оборонительные приемы, среди которых наиболее повторяющийся — доминирование и стремление к доминированию.

Обозначенные феномены в социальном восприятии библиотекаря обусловлены в первую очередь идеологией и организацией его деятельности, где приоритет интересов пользователя пока только декларируется. Основные направления работы библиотеки — формирование фондов, их раскрытие и обеспечение доступа к ним пока не осмыслены с точки зрения рыночных отношений. Необходимость в глубоком анализе библиотечной деятельности не сформирована, основные факторы развития отдельных библиотечных служб выявлены слабо. На наш взгляд, стагнация в библиотечном деле еще не преодолена. У библиотекаря отсутствуют социально-психологические установки реагировать на меняющиеся внешние обстоятельства с помощью изменения набора услуг. В значительной степени этому "способствует" недостаточное материальное поощрение библиотекаря за высокое качество услуги. Не учитывается также рейтинг библиотекаря среди различных групп пользователей.

Как видим, ценности отношений рыночного характера не стали внутренне присущими поведению библиотекаря. Причины этого кроются не в субъективных психологических особенностях каждого отдельного библиотекаря, а в идеологии и организации библиотечной деятельности, что является уже проблемой научного управления.

Готов ли принять рыночные отношения пользователь библиотечных услуг?

Прежде чем ответить на этот вопрос, заметим, что потребность человека в информационно-поисковой и читательской деятельности является вторичной и формируется в процессе другой деятельности, имеющей, как правило, характер ведущей. Чем шире и устойчивее спектр этой деятельности, тем больше средств мобилизует человек в процессе ее реализации, тем больше вероятность его обращения к информации и документам.

Однако различные социологические исследования показывают высокий уровень социальной апатии населения, его малую активность, что создает неблагоприятный фон для прогнозов по поводу отношения большей части населения к библиотекам.

Можно предположить, что часть населения, не настроенная на активную деятельность, не имеет никаких оснований в ближайшее время обратиться в библиотеку. Ее досуг скорее всего будет заполнен поиском продуктов по более дешевой цене, пикетированием правительства и т. д. Подобная ситуация будет меняться только в процессе преодоления социальной инфантильности этой части населения. Поэтому совсем небезразлично, какое место в социализации населения займет библиотека, будет ли действенной ее деятельность в этом направлении.

Указанная ситуация несформированной потребности в информации усугубляется слабыми навыками работы с информацией. Сам по себе этот факт — синдром тоталитаризма, когда все каналы общественных коммуникаций были деформированы политическим прессингом. Государство само реализовывало право отбора информации, ее обработки и интерпретации, лишая этого права своих граждан. Этой задаче и служила идеологическая функция, пронизывавшая все направления деятельности библиотеки.

По результатам различных социологических исследований 50—75% населения не имеют интереса к печатному изданию, мотивированному ведущей деятельностью. Однако это вовсе не означает, что остальные 25—50% населения обязательно пользуются библиотекой.

Следовательно, формирование рынка для библиотеки сопряжено с деятельностью по удовлетворению скрытого спроса (спроса той части населения, которая реализует читательскую деятельность вне стен библиотеки). Одновременно библиотеке предстоит сегментировать рынок в условиях отсутствия

спроса, ориентируя при этом свою работу на естественные интересы и потребности людей, которые до сих пор не принимались библиотекой во внимание. Развивая деятельность, на первый взгляд далекую от ее функций (например, связанную с общением, социальной и психологической поддержкой, развлекательными программами), библиотека получает возможность со временем сформировать ситуацию полноценного спроса. При этом важно, чтобы различные, подчас трудоемкие акции, осуществляемые библиотекой, оставались для пользователей актуальными.

Итак, рыночные отношения вынуждают библиотеку оценить всю свою работу прежде всего с точки зрения содействия целям деятельности пользователя, условий его психологического комфорта, обозначить в этой работе конечный продукт, который получает целевое выражение и приобретает характер товара.

В качестве библиотечного товара, являющегося объектом рыночных отношений, выступают библиотечные услуги и библиотечная продукция. К настоящему моменту в библиотечной теории не имеется единой дефиниции этих понятий.

Если судить по литературе, то зарубежные коллеги больше ориентированы на практический аспект проблемы. Отечественные библиотековеды (с учетом некоторого обобщения высказанных формулировок) рассматривают библиотечную услугу как совокупный конечный результат библиотечной деятельности, удовлетворяющий определенные потребности общества. В том случае, когда продукт библиотечной деятельности получает материализованное, вещественное выражение, можно говорить о библиотечной продукции (в большинстве случаев это — информационные издания на разных носителях). В зависимости от вида потребностей (документальные, коммуникативные, сервисные и т. д.) дифференцируются и библиотечные услуги [3]. В работе [4] библиотечные услуги классифицируются в соответствии с содержанием труда, затраченного на их реализацию: общение — коммуникативная услуга; поиск информации — информационная; выдача документа — документальная.

С точки зрения взаимосвязи библиотечных услуг с библиотечными функциями в [5] выделяются следующие классы услуг: основные библиотечные услуги, связанные с сущностными, родовыми функциями; дополнительные библиотечные услуги, способствующие реализации как родовых, так и ситуативных функций библиотеки; прибиблиотечные услуги, имеющие исключительно коммерческий характер и в большей части случаев не связанные с библиотечной работой. В зависимости от источников финансирования услуги делятся на финансируемые бюджетом (гарантированный минимум и социально-творческий заказ), проводимые за счет финансовых средств государствен-

ных и негосударственных организаций (целевой творческий заказ) и приобретаемые непосредственно населением (платные услуги).

На наш взгляд, все перечисленные подходы не отражают в полной мере рыночной сущности услуги, которая проявляется исключительно через взаимодействие со спросом, как бы обозначая, высвечивая в нем все новые и более тонкие грани. Например, спрос на документ в библиотеке порождает определенную услугу — выдачу этого документа; спрос на документ больного, прикованного к постели, обуславливает возникновение уже иной услуги; спрос на документ читателя с умственными ограничениями порождает третий вид услуг. Названные услуги можно отнести к классу документальных услуг, поскольку все они связаны с выдачей документа. Однако по функциям это — разные услуги. В первом случае — функция выдачи документа, во втором она дополняется психотерапевтической функцией, в третьем — функцией социальной адаптации. Следовательно, взаимодействие библиотечной деятельности, т. е. предложения с читательским спросом, находит выражение в определенных функциях библиотечных продуктов (услуг). Редко библиотечный продукт (услуга) является носителем одной функции, чаще — одновременно нескольких.

В зависимости от функциональной направленности библиотечные услуги имеют различное ресурсное обеспечение. Например, чтобы удовлетворить спрос пользователя в первом случае, необходим документ, во втором — к документу добавляются транспорт, топливо; в третьем — специальные квалификационные знания и навыки библиотекаря. Разное ресурсное обеспечение услуг делает их различными по стоимости. Возможно, что услуга, нацеленная на обслуживание больного, утратившего физическую подвижность, окажется самой дорогой, хотя для него самого она будет бесплатной.

Ресурсное обеспечение услуги предполагает решение следующего вопроса: из каких источников и в какой пропорции осуществляется плата за услуги т. е. за деятельность, направленную на производство этой услуги. Возможно, указанную услугу полностью финансирует государство, так как оно декларирует равные возможности доступа к общественному библиотечному фонду для всех своих граждан. Может быть, это специализированное обслуживание будет дотировано общественным фондом, какой-либо фирмой или частным лицом полностью или в доле с библиотекой. В любом случае процессу выявления набора услуг, который предстоит реализовать библиотеке, всегда сопутствует процесс отбора ресурсов, необходимых для их реализации. В библиотечном маркетинге этот процесс называется позиционированием рынка.

Позиционирование рынка представляет собой формирование политики обслуживания (какие группы услуг пользуются приоритетом, каков расход библиотечных ресурсов для каждой группы, кто платит за обслуживание, из

каких источников и в какой пропорции осуществляется плата, какова специфика предоставления услуг в разных случаях).

Однако сам процесс набора услуг и их дифференциация осуществляются несколько ранее, на этапе сегментации рынка — деятельности по выявлению всех пользователей и их требований. Выясняется, в какой степени эти требования схожи, в какой — различны; какие группы пользователей — активны, а какие — нет. Вся эта информация дает возможность библиотеке смоделировать услуги, соответствующие общим интересам пользователей, и различные модификации этих услуг, отвечающие групповым и индивидуальным интересам. Следовательно, для развития рынка важно иметь представление не только о наборе услуг как таковом, но и о спектре распространения тех или иных услуг, требуемом количестве их, а следовательно, и ресурсов (в том числе, какое количество библиотекарей должно быть обучено навыкам, необходимым для производства этих услуг).

Однако в отечественной практике ресурсное обеспечение библиотечного обслуживания, как правило, не увязывается с процессом развития вполне определенных библиотечных услуг. В результате этого ряд функций (коммуникативная, психокоррекционная, релаксационная и др.), которые библиотека признает за собой в качестве ситуативных, не находят соответствующего ресурсного обеспечения (в виде временных затрат библиотекаря, его коммуникативных навыков, надлежащего интерьера в библиотеке и т. д.) и не трансформируются в соответствующие услуги. Подтверждением этому, в частности, служит следующий факт. Библиотекари на словах относятся к библиотеке как к центру общения. Между тем в практической деятельности каждого отдельного библиотекаря пенсионер-читатель, проявляющий настойчивое желание побеседовать с библиотекарем, воспринимается последним как помеха в работе.

Процесс сегментации рынка вынуждает библиотекарей все чаще обращаться к нетрадиционным, непривычным для библиотекарей признакам читательского спроса и конструировать принципиально новые для библиотечной практики услуги. (Например, программа библиотечного обслуживания групп населения, имеющих ограничения в умственном развитии — штат Иллинойс, США.) Новые услуги требуют новых знаний и навыков, что ведет к постоянному усложнению библиотечной деятельности, ее интеллектуализации. Это происходит по мере того, как библиотека освобождается от общего взгляда на читателя, начинает относиться к нему все более дифференцированно. Со своей стороны услуга, соответствующая более дифференцированному отношению к читателю и отвечающая все более частному характеру его интересов, обуславливает и дифференцирование библиотекарей. Это обстоятельство может привести к тому, что оказание ряда услуг будет по плечу только специалистам

соответствующей квалификации. Следовательно, квалификационные навыки библиотекаря и его личностный потенциал все более интегрируются в структуру услуг, придавая ей творческий, уникальный характер, т. е. развитие услуг, обусловленное рыночным спросом, влияет на развитие ресурсов. Поэтому если ресурсный механизм библиотечной услуги отторгается от функции этой услуги, то происходит сдерживание развития библиотечного обслуживания. Причина этого видится нам не столько в недостатке ресурсов, сколько в их незатребованности.

Услуга — самый подвижный компонент рыночных отношений. Именно она демонстрирует наличие (или отсутствие) у библиотеки потенциала к творчеству в этих отношениях.

Между тем отечественные библиотекари тяготеют к обстоятельной классификации услуг, воспринимают обозначенные классы услуг как некий порядок, которым следует руководствоваться в условиях рынка. В этом и заключается феномен отечественного профессионального сознания: стремление подчиняться, действовать в соответствии с установленным порядком превалирует над желанием быть свободным. "Бегство от свободы" — это всегда бегство от ответственности, от необходимости совершать самостоятельные поступки. А поскольку рыночные отношения — это прежде всего отношения свободные и ответственные, подобное состояние профессионального сознания является одним из важнейших ограничений, препятствующих функционированию библиотеки как субъекта рынка. Чтобы устранить или по крайней мере ослабить эти препятствия в настоящий момент, по нашему мнению, следует направить острей исследовательской мысли не на услугу, а на спрос. По-видимому, надо понять основные тенденции развития спроса, их частные проявления, изучить различные характеристики спроса и возможности их группировки. Реакция на подобную информацию — дело каждой отдельной библиотеки (или библиотечной системы). Она обусловлена наличными ресурсами и умением их мобилизовать. Именно эта реакция и является актом свободных, ответственных (рыночных) отношений. Однако надо признать, что библиотека к этим отношениям оказалась методически неподготовленной. Ответственное действие предполагает осознание ситуации и поиск адекватного способа реагирования. Между тем библиотекарь-практик не совсем понимает, что такое рыночная конъюнктура, как ее изучать, как интерпретировать полученные результаты, как трансформировать полученные данные в поведенческие модели. Процесс вхождения библиотек в рыночные отношения не получил соответствующего научного и методического обеспечения, что представляет существенное препятствие для его развития.

В то же время следует заметить, что остается необозначенной социально-экономическая сущность библиотечной деятельности, вытекающая из ее

места в структуре общественного производства. Это обстоятельство поставило библиотеки в трудную ситуацию. Рыночные отношения воспринимаются библиотекарем исключительно как необходимость зарабатывать деньги любым путем. За границами представления библиотекаря о рыночных отношениях остается вопрос о социальной ответственности библиотек как гарантов конституционных прав граждан, а следовательно, и о механизме реализации принципа общедоступности документальных общественных фондов и информации о них. Вследствие этого на уровне обыденного сознания, как показывает практика, не сформировалась еще потребность библиотекарей строить новые отношения с государством, представлять и защищать перед ним интересы читателей и, проявляя таким образом ответственность за них, понуждать к ответственности и государство. К сожалению, современные библиотекари, как правило, демонстрируют зависящие от государства модели поведения.

Итак, вступающие в коммуникации друг с другом субъекты "читатель (пользователь) — библиотека — государство" образуют целое — рыночные отношения, смысл которых проявляется в качестве и содержании библиотечной услуги. Эта услуга, с одной стороны, удовлетворяет постоянно изменяющиеся потребности читателя-пользователя, с другой — стимулирует развитие потенциала библиотек и формы его реализации.

Самым консервативным компонентом рыночных отношений, как выяснилось, является сознание субъектов, с трудом осваивающее новые модели поведения. Консервативность мышления — важнейшее ограничение процесса формирования рынка. Его действие усугубляется рядом других ограничений: недостаточной осведомленностью библиотекарей и чиновников в вопросах рынка, низкой информационной культурой потребителей информации, невыявленностью адекватной рыночным отношениям социально-экономической функции библиотечной деятельности, отсталостью библиотечной идеологии, ее несориентированностью на интересы потребителей, недостаточным ресурсным обеспечением основных библиотечных функций, рутинной технологией, обусловленной технической отсталостью библиотек и несовершенной организацией труда, саботажными акциями ряда управленцев против рыночных отношений.

В целях преодоления обозначенных препятствий на пути становления рыночных отношений представляется целесообразным:

- 1) осуществление научно-исследовательских работ, направленных на формирование социально-экономической концепции библиотечной деятельности (с учетом основных критериев и показателей этой деятельности), на разработку механизма реализации библиотечного маркетинга, на формирование методологии и методики подготовки и переподготовки кадров в условиях рынка;

2) проведение комплекса мероприятий по переподготовке библиотечных работников, в первую очередь руководящего звена и работников государственных управленческих структур; ротация библиотечных руководителей на основе выявления объективных показателей профессиональной квалификации и личностного потенциала;

3) обретение статуса юридического лица каждым библиотечным учреждением и оформление договорных отношений с государственными управленческими структурами;

4) участие библиотек в федеральных и местных социокультурных программах;

5) формирование идеологии библиотечной деятельности, соответствующей рыночным отношениям с учетом новых подходов к формированию фондов, их интеллектуальному раскрытию и организации физического доступа к ним;

6) реализация финансовой политики формирования библиотечных фондов с учетом альтернативных государственным источников компенсации все возрастающих расходов на приобретение публикаций (договорные отношения с издательствами, целевые творческие заказы);

7) оформление правовой основы рыночных отношений;

8) создание внедренческого консультативного и диагностического центра (на хозяйственной договорной основе), способного оказывать оперативную помощь библиотекам в развитии рыночных отношений.

Полагаем, что высказанные предложения позволят смягчить, а возможно, и устранить выявленные препятствия в процессе формирования рынка информационно-библиотечных услуг и тем самым ускорить адаптацию библиотек к новым условиям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Капелюшников Р. Ренальд Кауз или сотворение рынков // Независимая газета. — 1991. — 13 нояб.

2. Джерелиевская И.К., Джерелиевская М.А. Восприятие библиотекарем в процессе общения себя и читателя // Библиотековедение. — 1993. — № 1 (в плане издания).

3. Васов С.А. Методологическое значение категории цели в исследованиях библиотечной деятельности // Вопросы управления библиотечными системами: Сб. науч. тр. / Гос. публ. б-ка им. М.Е.Салтыкова-Щедрина. — Л., 1986. — С. 58.

4. Кедровская М.Г., Мивеладзе А.И., Ухин Ю.Ю. Услуги органов научно-технической информации // НТИ. Сер.1. — 1981. — № 4. — С. 13.

5. Джерелиевская И.К., Клиффов Г.М. Платные услуги библиотек: постановка проблемы // Науч. и техн. б-ки СССР. — 1990. — № 5. — С. 3—8.