

Модульный подход к обучению студентов технологиям продвижения библиотечной профессии

Рассмотрены технологии продвижения библиотечной профессии как необходимая составляющая профессиональной подготовки библиотечного специалиста и формирование навыков продвижения профессии в рамках учебного процесса на библиотечно-информационных факультетах.

Опыт Владимирского областного колледжа культуры и искусств.

Ключевые слова: библиотечное образование, модульные технологии, профессиональная подготовка, библиотечная профессия, продвижение, позиционирование, реклама, PR-акции, библиотечные веб-сайты.

В последнее время модульные технологии достаточно широко используются в разных сферах деятельности (архитектура, радиоэлектроника, образование, управление). Слово *модуль* имеет различные значения, одно из которых – функциональный узел. Модульные технологии позволяют структурировать проблему, выделяя логически завершённые блоки, каждый из которых должен быть самодостаточным, но не статичным. В каждом модуле определяются цель, задачи и предполагаемые результаты. Модульный подход даёт возможность решать проблему отдельными блоками, формировать различные комбинации модулей, оперативно обновлять или заменять модули при изменении ситуации, применять одни и те же модули в разных комбинациях.

Низкий социальный статус библиотечной профессии, её непопулярность среди молодёжи привели к серьёзным кадровым проблемам в библиотеках страны. В профессиональной периодике обсуждаются вопросы подготовки современного библиотекаря, исследуются имидж библиотек и библиотекарей и причины их непривлекательности, предлагаются разные способы повышения привлекательности профессии.

Полагаем, что сегодня нашей профессии не хватает «презентабельности», ведь, несмотря на то, что все знакомы с нею с детства, представление о том, чем занимается библиотекарь, у большинства обывателей сводится к одной фразе: книжки выдаёт. Этот же стереотип активно используют режиссёры: рисуют портрет «выдавальщика» книг серыми красками, добавив невзрачную внешность, неизменные (и обязательно старомодные!) очки, прилизанные, собранные в пучок волосы, тусклую одежду и неприменную чудаковатость.

Известно, что имидж – мнение окружающих людей, основанное на том, как объект себя представляет (позиционирует). Поэтому сегодня необходимо создание нового позитивного восприятия профессии библиотекаря, и решение этого вопроса должно беспокоить и теоретиков, и практиков.

Считается, что на создание имиджа требуется слишком много времени, труда и денег. В какой-то степени это справедливо: этот процесс – довольно долгий и трудоёмкий. Но сегодня смена имиджа библиотек и библиотекарей – единственный путь к возрождению уважения к нашей профессии.

Чтобы изменить мнение о себе, нужно меняться самим. На мой взгляд, современный библиотечный специалист обязательно должен быть вооружён технологиями продвижения профессии, обладать необходимыми коммуникативными навыками, знать основные законы рекламы и PR. С этой целью мы предусмотрели в рамках учебного плана комплекс теоретических и практических занятий по формированию у студентов необходимых навыков. Проблема настолько многогранна, что в рамках одной учебной дисциплины её не решить, поэтому мы выделили несколько функциональных модулей, на которые работают разные учебные дисциплины. Цель каждого из них – сформировать навыки определённого способа продвижения профессии.

Первый модуль – создание печатной рекламной продукции. Сегодня библиотечная реклама должна быть неожиданной, развенчивающей миф о «скучности» библиотекарей. И формы, и содержание рекламы необходимо менять, так как традиционный перечень услуг библиотеки вряд ли обратит на себя чьё-то внимание. Навыки написания рекламных текстов отрабатываются в рамках аудиторных занятий, а форму и содержание рекламной продукции студенты придумывают при выполнении практических и контрольных работ.

Второй модуль – позиционирование профессии в СМИ. Изначально ставилась задача научить студентов писать заметки в газету (это одно из заданий производственной практики). Сегодня усилиями наших студентов и выпускников региональная периодическая печать активно и разнообразно отражает библиотечную жизнь области. Некоторые студенты пытаются рассказать об опыте своей работы в профессиональных журналах, а в одном из районов области начали выпускать библиотечную газету. В ряде районов – Гороховецком, Меленковском, Ковровском – библиотеки выпускают произведения местных авторов (в первую очередь поэтов), что тоже служит позиционированию библиотеки в социуме.

Третий модуль – массовые формы продвижения профессии. Рассказывая о том, как можно позиционировать профессию в рамках массовых мероприятий, мы предлагаем студентам самостоятельно выбирать форму работы, которая кажется им наиболее удобной для продвижения профессии. Наиболее активны в этом плане заочники, «внедряющие» учебное задание в практику работы своей библиотеки. Так в разных районах области появились клубы «Юный библиограф» и «Зову в свою профессию»; проведены ток-шоу «Пусть говорят» и «100 вопросов взрослым. Библиотечный специалист: вчерашний день или профессия будущего?»; разработаны циклы видеоуроков «Имя в профессии» и «Библиотечный туризм».

Четвёртый модуль – медиареклама библиотечной профессии (объединяет радио-, теле-, видео-, интернет-рекламу). Основная задача в этом блоке – научить студентов технологии создания рекламных видеороликов и электронных презентаций, показать возможности использования библиотечных сайтов для продвижения профессии. Тематику видеороликов и презентаций студенты выбирают самостоятельно, все работы обсуждаются на занятиях в учебных группах и впоследствии используются в учебном процессе и в работе библиотек области. Создана база данных лучших работ, которая служит основой для обучения студентов.

Интернет-реклама в работе библиотек пока используется явно недостаточно. Создавая свои сайты, библиотеки прежде всего преследуют информационные цели, забывая о том, что даже внешний вид сайта – это уже реклама (или антиреклама) библиотеки. На практических занятиях студенты анализируют сайты разных библиотек, отмечая положительные и отрицательные моменты, учатся готовить рекламные материалы для публикации в электронной среде, а затем используют эти навыки в профессиональной деятельности.

Пятый модуль – комплексные формы продвижения профессии. К ним относятся PR-акции, фестивали, ярмарки, праздники. Это эффективные формы позиционирования библиотеки, позволяющие привлечь различные категории населения. Мы не просто знакомим студентов с технологией подготовки и проведения публичных акций, но и даём им возможность поучаствовать в них. С 2007 г. в колледже проводится студенческая акция «Читающий колледж», в рамках которой – брейк-час «Книга+кофе», конкурс фотографий «Территория чтения», СМС-голосование «Любимые книги», конкурс слоганов «Я люблю читать!», бенефис «Читатель года», буккроссинг. Не отстают и наши студенты, придумывая свои акции на местах.

Традиционно студенты и преподаватели принимают активное участие в книжных ярмарках, проводимых ежегодно 27 мая Владимирской областной научной библиотекой. 18 апр. – 28 мая 2011 г. по решению Департамента по культуре силами всех заинтересованных организаций проведён областной фестиваль «Открытая книга», обширная программа которого включала самые разнообразные мероприятия, в том числе акцию «Большое чтение-2011» на телеканале «Вариант»; флэшмоб «Город с книгой», буккроссинг «Превратим весь мир в библиотеку!», литературный проект «Большая книга – встречи в провинции», межрегиональную книжную ярмарку, конкурс читающих семей, презентацию путеводителя (изданного по Брайлю) по городам области, и многое другое.

Инициаторами, организаторами и участниками всех мероприятий фестиваля были наши студенты и выпускники разных лет.

Шестой модуль – индивидуальные формы работы. Речь идёт не только о работе со школьниками по привлечению в профессию (именно этот путь Э. Р. Сукиасян считает наиболее эффективным), но и о работе с учителями, родителями и другими категориями населения. Мы обучаем студентов технологиям проведения индивидуальных бесед о библиотеке, книге, профессии, объясняем принципы индивидуализации рекламы, формируем коммуникативные навыки, необходимые для общения. Для этого используются практические занятия и технологическая практика.

Седьмой модуль –курсовые и дипломные работы студентов. Их тематика всегда определяется практическими интересами студентов, и если у очников этот интерес поверхностный, интуитивный, то студенты-заочники ориентируются на свой опыт и конкретную проблему, которую им хотелось бы изучить и осмыслить. Поэтому их работы отличаются глубиной исследования и очень интересными наработками, которые внедряются в практику библиотек области.

Примеры исследований, так или иначе связанных с продвижением профессии: Влияние информационных технологий на формирование современного имиджа сельской библиотеки; Формирование современного имиджа библиотеки как фактор повышения её социального статуса; Возрождение традиций материнского чтения как основа формирования читательских интересов ребёнка в условиях информационного общества; Формирование интереса к библиотечной профессии в условиях сельской библиотеки; Веб-сайт библиотеки как средство доступа к библиотечным услугам и информационным ресурсам; Влияние средств массовой культуры на имидж библиотечной профессии; Библиотечный сайт как форма медиарекламы библиотеки; Формирование интереса к библиотечной профессии средствами библиотечно-библиографической работы; Библиотечная печать как средство позиционирования библиотеки в социуме.

В результате этих исследований в библиотеках разных районов области появились: клуб «Юный библиограф», программа «Материнское чтение», акция «С книжкой на скамейке», ежемесячная газета «Библио-вести», биобиблиографический словарь «Библиотечная профессия в жизни знаменитых людей» и др. Приятно, что, закончив учёбу, наши выпускники не останавливаются на достигнутом, продолжая радовать и удивлять новыми находками. Более того, они выступают своеобразными трансляторами и генераторами идей в своих регионах.

Опыт показывает, что модульный подход к формированию навыков продвижения профессии позволяет каждому из студентов получить представление обо всех технологиях и в то же время выделить те модули, которые, на его взгляд, оптимальны для реализации в условиях конкретной библиотеки. Сегодня у нас в регионе очень востребована заочная форма обучения работников библиотек. Это радует, потому что знания, полученные в колледже, сразу же реализуются в практической деятельности, рождая новые формы продвижения профессии, которые мы используем для обучения следующих поколений студентов.