

ЭФФЕКТИВНЫЙ МИКС СЕТЕВЫХ ПРОЕКТОВ



Дебаты о том, какой должна быть современная библиотека, нужна ли она в принципе и как проходит процесс оптимизации библиотек в Москве, нашли отражение в дискуссии участников круглого стола «Практика эффективной деятельности ЦБС», прошедшего во время второго Международного форума «Крым – 2016».

Инициаторами его стали две централизованные библиотечные системы г. Москвы: Центрального (ЦАО) и Западного (ЗАО) административных округов.

В первом блоке встречи «Принципы формирования партнёрской системы в библиотеке» свою позицию защищали заместитель генерального директора по культурно-образовательным проектам и связям с общественностью ЦБС ЦАО М.Н. Морозова и руководитель сектора развития и связей с общественностью ЦБС ЗАО И.А. Новиков.

М.Н. Морозова акцентировала внимание на создании привлекательного образа библиотеки путём внедрения



М.Н. Морозова, И.А. Новиков

проектов с общественными и волонтерскими организациями. Например, «Бессмертный полк» и реализуемый совместно с ним сетевой проект «Победа – непридуманные истории». В копилке есть и такие проекты, как «Эстафета добрых дел», «Школа вожатых», сотрудничество с Обществом семей с детьми с ограниченными возможностями и Молодёжного совета системы с больницей–клиническим центром им. М.И. Сеченова. «Мосволонтер» с успехом реализует свои программы в детских библиотеках Центрального округа в проекте «Библиопродлёнка». И.А. Новиков высказал свою точку зрения о практике коммерческого развития библиотеки. Он представил успешные проекты такого сотрудничества, обозначил маркетинговые подходы и, как следствие, растущие внебюджетные потоки.

При подведении итогов было высказано предположение о невозможности на современном этапе двигаться в исключительно одном направлении. Должен быть сбалансирован новый микс: социальное партнёрство плюс внебюджетная деятельность плюс работа с общественными фондами с целью получения грантов. Чтобы привлечь социальных партнёров нужно иметь ресурсы и возможности, следовательно, возникает необходимость в наличии материальных средств.

Второй блок «Путь развития библиотеки: культура или досуг?» представляли заведующий библиотекой № 10 О.М. Жаденов и заведующий библиотекой № 5 им. М.А. Волошина ЦБС ЦАО С.А. Куприянов.

О.М. Жаденов поделился опытом применения эффективных практик смежных индустрий в деятельности «публички». На примере руководимой им «Библиотеки путешествий» он рассказал, как имидж способствует привлечению читателей, какие приёмы для этого используются. В их числе были названы: формирование фонда путешественников, лекционная и выставочная деятельность, тематические досуговые мероприятия, учебные курсы. Привлечение сторонних специалистов для ведения курсов по иностранному язы-

ку, актёрскому мастерству, журналистике и литературе – одно из приоритетных направлений. Он также отметил удачные «ночные проекты», очень полюбившиеся читателям. Среди них: «Ночной театр», «Ночной киносеанс», «Библиотёрка».

Деятельность Библиотеки № 5 им. М.А. Волошина в сфере международного сотрудничества является наиболее яркой и прогрессивной на

Должен быть сбалансирован новый микс: социальное партнёрство плюс внебюджетная деятельность плюс работа с общественными фондами с целью получения грантов.

фоне происходящих перемен. Её руководитель С.А. Куприянов определил влияние личности на формирование бренда. Он отметил основные направления, от которых отталкивается в своём развитии библиотека: личность как отправная точка для бренда организации; различие имиджевой и мемориальной работы; «Волошинское гостеприимство» как организующая идея библиотеки; концепция синтеза культур Востока и Запада как часть актуального культурного поля России; визуальное и смысловое наполнение библиотеки городского уровня; бренд как итог, а не как отправная точка деятельности; создание авторского интеллектуального продукта под маркой бренда; соотношение интеллектуального продукта и концепции продвижения книги и чтения. В качестве успешной реализации всех задуманных направлений деятельности он привёл программу «Слово Будды», имевшую ошеломляющий успех в рамках Всероссийской акции «Библионочь–2016».

Участники дискуссии пришли к выводу: культурно-досуговый центр – это то, что на сегодняшний день активно пропагандируется для внедрения

...культурно-досуговый центр – это то, что на сегодняшний день активно пропагандируется для внедрения в культурную жизнь столицы экспертами и профессионалами библиотечного дела.

в культурную жизнь столицы экспертами и профессионалами библиотечного дела. Деятельность библиотек направлена прежде всего на развитие интеллектуального досуга с непременным условием – сохранением литературного наследия как части культуры.

Третий блок встречи «Брендинг современной библиотеки» представляли И.А. Новиков и директор Центральной библиотеки № 197 им. А. Ахматовой ЦБС ЗАО В.Г. Косаревский.

И.А. Новиков отметил, что залогом успеха является эффективный бренд, за который потребитель готов не просто платить, а сознательно переплачивать, при этом выделил основные характеристики качественного бренда: восприятие, доверие и дополнения, и полученные преимущества – партнёры, инвестиции, посещаемость, транслирование и т.д.

М.В. Александрова выделила успешные сетевые проекты: «Походное чтение», «Чепушинки», «Чтение на лестнице». Вместе с тем она отметила уникальность авторских проектов и их реализацию на примере Библиотеки им. В.Д. Берестова: «Зверьё моё», «Сун и Кунг», «Под небом Италии и России», «Земля Калевалы».

В ходе обсуждения вывод определился сам собой: для ЦБС сетевой проект – это актуальный и эффективный формат построения проектной деятельности, но не стоит и полностью отказываться от индивидуальных проектов, необходимо стараться создавать в библиотеке эффективный микс сетевых историй, эксклюзивных проектов через призму чтения и продвижения библиотек в целом.

Заключительный блок «Мастерская директора» был посвящён вопросам управления централизованными библиотечными системами. Свой взгляд высказали генеральные директора ЦБС г. Москвы М.В. Левитова (ЦАО) и О.А. Орлова (ЗАО).

Надо отметить, что две централизованные библиотечные системы начали свой путь после реорганизации с жёсткого аудита всей деятельности, начиная с решения хозяйственных вопросов и заканчивая библиотечными процессами, сотрудниками и т.д. ЦБС по-разному выбирали свой путь развития: кто-то «сверху», когда векторы развития вырабатываются в административном управ-

Деятельность библиотек направлена прежде всего на развитие интеллектуального досуга, с неизменным условием – сохранением литературного наследия как части культуры.

В.Г. Косаревский попытался с помощью аудитории ответить на вопрос: «Что важнее: суть библиотеки или её восприятие?» В результате обсуждения все собравшиеся единодушно пришли к выводу, что суть библиотеки – это её основа, а бренд – это имиджевая составляющая, помогающая популяризировать и пропагандировать библиотеку.

Четвёртый блок круглого стола «Брошенные вперёд» был посвящён проектным практикам. Опыт проектных историй был предложен в дискуссии экспертов московских библиотек: заместителя генерального директора по культурно-образовательным проектам и связям с общественностью ЦБС ЦАО М.Н. Морозовой и заместителя генерального директора ЦБС ЗАО М.В. Александровой.

М.Н. Морозова привела в качестве примера реализацию сетевого проекта «Ярмарка без помидоров» – акции по предоставлению населению библиотечных услуг, а также бесплатную продлёнку для школьников и годовые сетевые проекты: «Кино от А до Я», «Экскурсионная суббота».



Слева направо:
М.Н. Морозова,
М.В. Александрова

лении системы, а кто-то «снизу», когда каждая библиотека определяет свою концепцию развития самостоятельно, и на их основе формирует общую, рассчитанную на два года.

Участники встречи совместными усилиями определили базовые подходы к управлению: несмотря на различные точки зрения в данном вопросе, в приоритете остаётся качественный аудит жизнедеятельности учреждения.

Круглый стол вызвал живой интерес не только у представителей смежных профессий. Бурные обсуждения и компетентные ответы выступающих заинтересовали и представителей СМИ, и сторонних наблюдателей, следивших за его ходом на страницах социальных сетей.

В результате выдвинутые в течение дня вопросы для обсуждения обнажили актуальные проблемы:

- ✓ недостаточное освещение библиотечной работы в социуме, вызванное отсутствием профессиональных, нацеленных на конкретный результат специалистов в области PR-деятельности и социальной рекламы;
- ✓ сохраняющийся стереотип библиотеки и библиотекаря как устаревшего и неперспективного объекта, вызывающего неприятие и отторжение вследствие неминуемо развивающегося информационного и технического прогресса;
- ✓ отсутствие подготовленных квалифицированных мультиспециалистов для работы в современной библиотеке.

В обсуждении приняли участие коллеги из других городов: директор Центральной городской публичной библиотеки им. В.В. Маяковского, президент Петербургского библиотечного общества З.В. Чалова; ведущий методист отдела внешних коммуникаций ЦГБ г. Омска, представитель молодежной секции А.Ю. Гермезеева; директор Дмитровской центральной межпоселенческой биб-

...залогом успеха является эффективный бренд, за который потребитель готов не просто платить...

лиотеки З.И. Злотникова; заведующая сельской библиотекой Т.Н. Шарикова.

Не все имели возможность выразить своё мнение или поддержать коллег в том или ином вопросе по той причине, что популярность круглого стола достигла той отметки, когда в зале элементарно не хватило мест для всех желающих подискутировать. Более расширенный диспут участники круглого стола договорились продолжить в следующем году.



Слева направо:
О.А. Орлова, М.В. Левитова, И.В. Овчаров



Слева направо:
С.А. Куприянов,
О.М. Жаденов,
В.Г. Косаревский