



Социологические науки

УДК 02

А.К. Бижева

Д.С. Горюнова

Бижева Арина Каплановна, студентка 4 курса группы БИД/бак-18 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: arinabizheva24@gmail.com

Горюнова Дарья Сергеевна, студентка 4 курса группы БИД/бак-18 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: Kelenos@inbox.ru

Научный руководитель: **Грушевская Наталия Витальевна**, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: natali.vitalia@mail.ru

МОДЕРНИЗАЦИЯ ИМИДЖА БИБЛИОТЕКИ И БИБЛИОТЕКАРЯ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ КАДРОВ В БИБЛИОТЕЧНУЮ ПРОФЕССИЮ

В данной статье рассматривается роль модернизации имиджа библиотеки и профессии библиотекаря в глазах широких масс и привлечения таким образом в профессию молодых специалистов. Рассмотрены такие способы, как теоретическое изучение необходимых функций библиотекаря, а также связь библиотеки со средствами массовой информации и презентация себя через социальные сети.

Ключевые слова: библиотека, библиотекари, имидж библиотекаря, имиджи библиотеки.

A.K. Bizheva

D.S. Goryunova

Bizheva Arina Kaplanovna, 4rd course student of BID/bak-18 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: e-mail: arinabizheva24@gmail.com

Goryunova Darya Sergeevna, 4rd course student of BID/bak-18 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: Kelenos@inbox.ru

Research supervisor: **Grushevskaya Nataliya Vitalyevna**, assistant professor of department of library and bibliographic activity and information technologies of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: natalia.vitalia@mail.ru

MODERNIZATION OF THE IMAGE OF THE LIBRARY AND THE LIBRARIAN AS A WAY TO ATTRACT YOUNG STAFF IN THE LIBRARY PROFESSION

This article examines the role of modernizing the image of the library and the librarian profession in the eyes of the general public and thus attracting young specialists to the profession. Such methods as theoretical study of the necessary functions of the librarian, as well as the connection of the library with the media and the presentation of oneself through social networks are considered.

Key words: library, librarians, librarian image, library images.

В современном мире, активно использующем интернет и электронные гаджеты, часто ставится под вопрос о необходимости библиотеки как таковой. Нельзя недооценивать также влияние устаревших установок самих

сотрудников о профессии и нежелание изменений в соответствии с развитием современных социальных институтов. Все это ставит под угрозу престиж профессии, а вместе с ним и будущее библиотечного дела, поскольку оно становится все менее привлекательной профессиональной сферой для потенциальных молодых кадров.

Из отечественных исследований на тему имиджа библиотек в медийном пространстве заслуживает внимания крупное исследование РГБ «Библиотечное дело на страницах центральных газет России, республик бывшего СССР и стран ближнего зарубежья». Выводы исследования РГБ в целом пессимистичны: «Как правило, библиотеки попадают в поле зрения газет (а значит, общества) не систематически, а преимущественно в «нештатных» ситуациях (гибель фондов, отчуждение помещений, прекращение финансирования и др.). Газетные публикации рисуют библиотеку по преимуществу гонимой и даже уничтожаемой, просителем с протянутой рукой, находящемся где-то в хвосте очереди других учреждений социальной сферы, также рассчитывающих на защиту и поддержку. Такого рода репутация в имидже библиотеки, создаваемом профессиональной и непрофессиональной печатью, образуются из-за того, что сами библиотекари редко пишут в газеты о том, чем именно и кому они могут быть полезными. [2, 37–39].

Из этого можно сделать вывод, что для библиотеки главная задача – зарекомендовать себя в медиапространстве (а значит, и в представлении широких масс), создать положительный образ места, куда людям захочется прийти и воспользоваться предоставляемыми услугами. Этому способствуют связи с общественностью, самореклама, продвижение в интернете. Для библиотеки очень важно иметь аккаунт в социальных сетях, таким образом от первого лица рассказывая о своей организации и ее услугах.

Библиотекарю также отведена важная роль в формировании имиджа библиотеки. Позитивный образ не будет закреплен, если читатель получит некачественное или непрофессиональное обслуживание. Для привлечения

новых кадров в библиотечную профессию необходимо модернизировать образ библиотекаря с учетом происходящих в библиотеках технологических изменений, с тем чтобы он стал новым символом и аргументом в пользу востребованности в долгосрочной перспективе библиотечных профессионалов. Обновленный современный привлекательный образ должен стать основой для разработки дальнейших практических шагов по формированию нового имиджа профессии [1].

Для библиотекаря построение имиджа начинается с установления аудитории. В библиотеке это, прежде всего, пользователи, а также деловые партнеры. После этого следует выявить ожидания читательской аудитории и существующее общественное мнение о профессии библиотекаря. Узнав свою аудиторию, следует определить преимущества, соответствующие потребностям имиджевой аудитории, а после – соотнести эти требования с реальными возможностями. Затем следует выбор технологического инструментария, используемого для формирования имиджа. Наиболее эффективными можно назвать следующие инструменты: позиционирование, мифологизация, детализация, вербализация, визуализация и другие. Затем следует перевод проектных характеристик имиджа в визуальную, вербальную, событийную и другие формы и определение средств и каналов позиционирования своего имиджа, презентация информации аудитории имиджа, ее интродукция, блокирование негативной имиджеформирующей информации, управление имиджем в соответствии с внешними обстоятельствами и поставленными целями.

Сегодня вполне возможно создать благоприятный визуальный имидж. Об этом доступно написано в книгах по имиджу и этикету, существует немало телевизионных передач, обучающих правильно формировать свой габитарный образ, были бы желание и возможности. Однако успех такого имиджа, как полагает А.П. Панфилова, недолговечен, рассчитан на краткосрочную перспективу. Для настоящего успеха, создания цельного, позитивного образа необходима коммуникативная культура, которая не

только влияет на привлекательность имиджа, но и позволяет достигать профессиональные цели, решать профессиональные задачи. Следует сделать особый акцент на построении коммуникаций, создании коммуникативного пространства для формирования желаемого впечатления. Развитие коммуникативной культуры требует существенных усилий, наблюдательности и проницательности в познании партнера по общению, прогнозирования его поведения, выбора эффективных средств взаимодействия, постоянного самоконтроля, культуры эмоций и наличия артистизма среди личностных качеств [3, с. 209].

Можно сделать вывод, что у профессии библиотекаря есть все возможности стать привлекательной для нового поколения, если она будет способна себя зарекомендовать не только как выполняющая основную функцию – выдачу книг, но и как современный медицентр, пространство для работы и учебы с работниками-профессионалами, которые не только подкованы исключительно в вопросах профессии, но и ориентированы на клиента. Следя за современными тенденциями и способами привлечения пользователей, библиотека будет создавать поле для деятельности креативных сотрудников библиотечной системы с ориентацией на дальнюю перспективу.

Список используемой литературы:

1. *Васильева, Е. В.* Работать в библиотеке модно – почему? / Е.В. Васильева // Интернет-портал Career.ru. – 2017. URL: <https://career.ru/article/21221> (дата обращения: 23.09.2021).

2. *Осипова, И. П.* Образ библиотеки в общественном сознании (по публикациям в газетах за 1990–1993 гг.) / И.П. Осипова // Библиотека и общество: новое во взаимодействии : материалы семинара (Москва, 2–3 дек. 1993 г.) / Московская библиотечная ассоциация; РГБ; РГБС; редакционная коллегия: Л.М. Инькова и др. – М., 1994. – С. 35–39.

3. *Панфилова, А. П.* Имидж делового человека / А.П. Панфилова. – Санкт-Петербург: Знание, 2007. – 490 с.