

Модульный подход к обучению студентов технологиям продвижения библиотечной профессии

Module Approach to Training Students in Technologies of Promoting the Profession of a Librarian

Модульний підхід до навчання студентів технологіям просування бібліотечної професії

М. И. Рассадина

*Владимирский областной колледж культуры и искусства,
Владимир, Россия*

Marina Rassadina

*Vladimir Regional College of Culture and Arts,
Vladimir, Russia*

М. І. Рассадіна

*Володимирський обласний коледж культури і мистецтва,
Володимир, Росія*

Технологии продвижения библиотечной профессии как необходимая составляющая профессиональной подготовки библиотечного специалиста. Формирование навыков продвижения профессии в рамках учебного процесса на библиотечно-информационных факультетах.

The paper describes the technologies of promoting the profession of a librarian being an integral part of professional training of a library specialist, and the process of forming skills of promotion of the profession in curriculum of library and information faculties.

У доповіді описано технології просування бібліотечної професії, що є необхідною складовою професійної підготовки бібліотечного спеціаліста, та формування навичок просування професії в рамках навчального процесу на бібліотечно-інформаційних факультетах.

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 отдельные, логически завершённые блоки, каждый из которых должен быть самодостаточным, но не статичным. В каждом модуле определяется цель, задачи и предполагаемые результаты. Модульный подход позволяет решать проблему отдельными блоками, формировать различные комбинации модулей, оперативно обновлять или заменять отдельные 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 предлагаются разные способы повышения привлекательности профессии, обсуждаются вопросы профессиональной подготовки современного библиотекаря, исследуется имидж библиотек и библиотекарей и причины их непривлекательности.

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, «дорисовав» портрет «выдавальщика» книг серыми красками, добавив невзрачную внешность, неизменные (и обязательно старомодные!) очки, прилизанные, собранные в пучок волосы, тусклую одежду и непременно чудаковатость.

Известно, что имидж – это 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: процесс этот 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 наш 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. Отдельные студенты пытаются описать опыт своей работы для профессиональных журналов, а в одном из районов области начали выпускать собственную библиотечную газету. В ряде районов – Гороховецкий, Меленковский, Ковровский – библиотеки занимаются выпуском произведений 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 это учебное задание в практику работы своей библиотеки. Так в разных районах области появились клубы «Юный библиограф» и «Зову в свою профессию»; были проведены ток-шоу «Пусть говорят» и «100 вопросов взрослым. Библиотечный специалист: вчерашний день или профессия будущего?»; разработаны циклы видеороликов «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 практике работы библиотек области. Создана база данных лучших работ, которая служит основой для обучения студентов.

Интернет-реклама в практике работы библиотек пока используется явно недостаточно. Создавая свои сайты, они 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 некоторых из них. С 2007 года 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 на местах свои акции («С книжкой на скамейке»).

Традиционно студенты и преподаватели принимают активное участие в книжных ярмарках, проводимых ежегодно областной научной библиотекой 27 мая. В прошлом году по решению Департамента по культуре силами всех заинтересованных организаций был проведён областной фестиваль «Открытая книга», продлившийся с 18 апреля по 28 мая. В рамках фестиваля:

- акция на телеканале «Вариант» «Большое чтение-2011»;
- флэшмоб «Город с книгой»;
- акция «Расти с книгой, малыш!»;
- буккроссинг «Превратим весь мир в библиотеку!»;
- литературный троллейбус;
- литературный проект «Большая книга – встречи в провинции»;
- межрегиональная книжная ярмарка;
- дни возвращённой книги;
- акция «Зелёную улицу книге»;
- конкурс читающих семей;
- виртуальные экскурсии по библиотекам;
- презентация путеводителя по городам области, изданного по Брайлю
- и многое другое. Инициаторами, организаторами и участниками всех мероприятий фестиваля были наши студенты и выпускники разных лет.

Шестой модуль – индивидуальные формы работы. В данном случае речь идёт не только о работе со школьниками по привлечению в профессию (именно этот путь считает наиболее эффективным Э.Р. Сукиасян), 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 заочной формы обучения ориентируются на свой опыт и конкретную проблему, которую им хотелось бы изучить и осмыслить. Поэтому их работы отличаются глубиной исследования и очень интересными практическими наработками, которые внедряются в практику библиотек области. Многие исследования так или иначе связаны с продвижением профессии:

1. Влияние информационных технологий на формирование современного имиджа сельской библиотеки;
2. Формирование современного имиджа библиотеки как фактор повышения её социального статуса;
3. Возрождение традиций материнского чтения как основа формирования читательских интересов ребёнка в условиях информационного общества;
4. Формирование интереса к библиотечной профессии в условиях сельской библиотеки;
5. Web-сайт библиотеки как средство доступа к библиотечным услугам и информационным ресурсам;
6. Влияние средств массовой культуры на имидж библиотечной профессии;
7. Библиотечный сайт как форма медиарекламы библиотеки;
8. Формирование интереса к библиотечной профессии средствами библиотечно-библиографической работы;
9. 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 многое другое. Приятно, что, закончив учёбу, наши выпускники не останав-

ливаются 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 представляются ему оптимальными для реализации в условиях конкретной библиотеки, комбинируя их по своему усмотрению. 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.