

Библиотека как необходимая основа для развития личности и социальной адаптации. Необходимость маркетинга, продвижения и лоббирования интересов библиотек.

Russian translation of the original paper: “La bibliothèque : un enjeu vital pour la construction de la personnalité et l’insertion sociale. L’impérieuse nécessité de mener des actions de marketing, de plaidoyer et de lobbying pour cette institution”.

Translated by: Irina Sokolova, Russian State Library for Young Adults, Moscow, Russia.

Текст данного документа был переведён на русский язык; перевод может отличаться от оригинала. Перевод предоставляется исключительно в ознакомительных целях.

Шарль Камдем Поэгела

Центр чтения и культурных мероприятий (CLAC), Яунде, Камерун.
kam_char@yahoo.fr



This is a Russian translation of “La bibliothèque : un enjeu vital pour la construction de la personnalité et l’insertion sociale. L’impérieuse nécessité de mener des actions de marketing, de plaidoyer et de lobbying pour cette institution” copyright © 2014 by **Irina Sokolova**. This work is made available under the terms of the Creative Commons Attribution 3.0 Unported License:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Резюме:

Этот доклад представляет аргументы в пользу создания активного библиотечного лобби, чтобы «те, кто принимает решения» сделали публичную библиотеку, и особенно библиотеку для детей и молодёжи, главным пунктом на повестке дня. Мы настаиваем на том, что библиотекари должны сами переосмыслить свою профессию и методы работы с молодыми читателями. Если библиотекарь недостаточно образован и не владеет навыками, необходимыми для создания актуальных услуг, привлекательных для детей и молодёжи, а также для ответственных чиновников, ему тяжело быть признанным в обществе, а следовательно, и сама библиотека не воспринимается всерьёз. Библиотечным ассоциациям выпала роль защитников библиотек, призванных говорить от имени всех представителей профессии перед общественностью и чиновниками.

Библиотека остаётся одним из немногих открытых для всех мест, где приветствуются литературное творчество, художественное самовыражение, демократические свободы и доступ к новым технологиям. Об этом мы не должны забывать ни на минуту.

Ключевые слова: библиотека, библиотека для детей и молодёжи, привлекательная библиотека, маркетинг, лоббирование, профессиональные ассоциации.

В наши дни библиотека (публичная или муниципальная) – рычаг, необходимый для социального, экономического и образовательного развития ребёнка, подростка и просто любого человека. В некоторых местах библиотека даже является главным центром общения граждан и сближения поколений. В Африке большую часть времени создаётся впечатление, что государства – как на национальном уровне, так и на региональном – ещё не до конца осознали степень полезности, и даже крайней необходимости библиотек, особенно детских и молодёжных. Однако библиотека – связующее звено между школой и общественной, профессиональной жизнью, и ей должны быть даны необходимые инструменты для эффективной социализации детей, подростков и молодёжи.

В настоящий момент необходимо, чтобы все работники в сфере книг, чтения, образования, информационных технологий и коммуникаций оказывали давление на «тех, кто принимает решения», чтобы последние сделали создание, поддержку и развитие библиотек, особенно детских и молодёжных, главным пунктом на повестке дня.

Для эффективного маркетинга, продвижения и лоббирования этой идеи необходимо задаться следующими вопросами:

1. Какие решительные меры нужно принять, чтобы лучше «продавать бренд» наших библиотек?
2. Какие аргументы нужно выдвинуть в первую очередь, чтобы активно лоббировать библиотечное дело среди политиков, профессиональных организаций и образовательных учреждений?
3. Как строить солидные и привлекательные библиотеки, которые будут полностью отвечать потребностям и желаниям детей и молодёжи?

С помощью инновационных идей и конкретных примеров мы пробуем в этом сообщении ответить на указанные вопросы.

1. Какие решительные меры нужно принять, чтобы лучше «продавать бренд» наших библиотек?

Ситуация такова: в Африке к югу от Сахары библиотеки не всегда считаются чем-то необходимым. Придя к такому тревожному выводу, следует подвергнуть сомнению это распространённое в нашем регионе представление. Для начала нужно сказать, что недооценка библиотечных и информационных услуг – это вина не только чиновников, но и пользователей и, к сожалению, самих библиотекарей.

Ответственные лица

Под «ответственными лицами» мы здесь понимаем тех, кто обладает властью выделять средства (материальные, финансовые, логистические, юридические и т.д.) существующим библиотекам и создавать новые библиотеки; ставить библиотеки в

центр политики общественного развития. Речь идёт о правительстве и избранных представителях власти (члены муниципальных советов, депутаты, сенаторы). По нашим наблюдениям большая часть чиновников считают библиотеку «ненужным и несрочным» учреждением; они полагают, что детям и подросткам достаточно школьного образования, что взрослые слишком заняты, работая, чтобы прокормить свои семьи, что другие социальные проблемы – такие как строительство школ и больниц – единственные неотложные вопросы. В существующие библиотеки они отправляют работать сотрудников, которых «больше некуда пристроить»: иногда это больные сотрудники или сотрудники низкого профессионального уровня, ещё хуже, когда речь идёт о кузенах, племянниках или друзьях без какой бы то ни было квалификации, которым чиновники «помогают» заработать на хлеб. Всё это происходит потому, что они не имеют чёткого представления о том, для чего реально нужна библиотека, тем более публичная.

Таково видение многих ответственных лиц.

Отсюда логически следует, что библиотек достойных этого названия очень мало даже в столицах стран Тропической Африки, не говоря уже о пригородах и сельской местности. Даже там, где есть библиотеки, они часто находятся в плачевном состоянии, которое позволяет представить, насколько мало уважаются эти учреждения. Лишь у очень немногих библиотек автономный бюджет (на деятельность, закупки, инвестиции, повышение квалификации и т.д.)

Пользователи

Пользователи библиотек (читатели, посетители, художники) не имеют привычки обращаться в библиотеку, чтобы читать, искать информацию, делиться своими знаниями. В общественном сознании до сих пор существует противопоставление, даже соперничество, между библиотекой и школой или культурными центрами; люди не видят смысла ходить в библиотеку, когда они уже читают в школе или посещают культурные центры, чтобы выставить свои художественные произведения.

Таково представление значительной части населения Тропической Африки о том, что такое библиотека.

Профессионалы

Даже сами библиотекари и библиографы часто обесценивают свою профессию. Нередко приходится видеть коллег с низкой мотивацией и без чёткого плана мероприятий, библиотекарей, которые не соблюдают часы работы библиотеки, не заботятся о своей внешности, сидят за стойкой и выполняют скорее роль «хранителей книг», чем собственно библиотекарей.

Эта фотография без прикрас показывает некоторых коллег, профессиональное поведение которых не способствует ни тому, чтобы чиновники воспринимали их работу всерьёз, ни тому, чтобы посетители чувствовали важность библиотекаря и, следовательно, библиотеки.

Всё это не делает образ наших библиотек «продаваемым». Что же мы можем сделать, чтобы исправить положение?

2. Какие аргументы нужно выдвинуть в первую очередь, чтобы активно лоббировать библиотечное дело среди политиков, профессиональных организаций и образовательных учреждений?

Чтобы образ нашего учреждения, библиотеки, лучше «продавался» в нашей социальной, академической и политической среде, необходимо активизировать лобби, которое даст понять, чем является и чем не является библиотека, её центральную роль в обществе.

Мы должны привести следующие аргументы, донести до людей, что библиотека это:

- **жизненное пространство:** это «третье место» помимо дома и места работы или учёбы, место, где происходит общественная жизнь и где все граждане, по разным причинам, встречаются после работы или учёбы, но вне дома.
- **культурное пространство:** публичная библиотека – это общественное место для дебатов, обмена мнениями и, следовательно, построения демократии и утверждения прав человека. Это пространство для действия и для культурного посредничества.
- **пространство для памяти:** библиотека – это, в некоторых контекстах, место, где можно прикоснуться к литературной и художественной памяти сообщества (или по меньшей мере части этого наследия) – чаще всего бесплатно или же за совсем небольшую плату.
- **пространство для общения:** библиотека чётко позиционирует себя как пространство для «популярного образования» и собирает вместе представителей разных поколений, тем самым облегчая процесс передачи знаний из поколения в поколение. Библиотека поощряет толерантность, ставит в один ряд мужчин и женщин даже в тех обществах, где свирепствует гендерный апартеид.
- **место встречи:** иногда библиотека становится одним из редких мест встречи (в деревнях и очень маленьких городах), где люди собираются, чтобы общаться, обсуждать различные вопросы, флиртовать, учиться, играть, встречать старых друзей и т.д.

Эти аргументы для тех, кто «принимает решения», должны быть убедительны не только в ваших глазах; объективные факты (например, высокая посещаемость библиотек) должны убеждать критическую массу людей, интересующихся библиотеками.

Мы приближаемся к самому сердцу проблемы: **Как сделать библиотеки привлекательными.**

Чтобы привлечь пользователей, персонал библиотек непременно должен изменить некоторые привычки. Срочно необходимо начать:

- Постоянно рекламировать библиотеки среди детей, подростков и взрослых, чтобы донести до них важность библиотеки.
- Предлагать пользователям разнообразные ресурсы. Царствование «королевы книги» закончилось. Нужно признать, что наряду с книгами и другими печатными материалами, в наши дни широко используются цифровые, электронные ресурсы, интернет и так далее.
- Предлагать культурную программу и интересные мероприятия, которые будут привлекать общественность.
- Оказывать услуги пользователям; нужно перестать быть «хранителями книг», которые выдают и возвращают материалы, и стать настоящими посредниками.
- Открыть двери другим деятелям культуры (преподавателям местных школ, художникам, интеллектуалам, влияющим на общественное мнение). Нужно перестать думать, что библиотекари всё знают и умеют, иными словами, нужно быть скромнее.

Всё это предполагает возвращение к должному уровню профессионализма, в то время как многие библиотекари десятилетиями не повышают квалификацию и не развиваются. Я призываю библиотекарей осознать необходимость поощрения непрерывного образования. Я обращаюсь сейчас к профессиональным ассоциациям и училищам; даже больше к ассоциациям, чем к училищам, потому что профессионалы, объединённые в этих ассоциациях, составляют необходимую критическую массу. Они могут не только обмениваться знаниями (одни коллеги учат других), но и оказывать давление на политиков (министров, мэров, парламентариев), чтобы те выделяли необходимые средства на обучение библиотекарей в специализированных школах, на семинарах (как на родине, так и за границей).

Мы хотим донести мысль о том, как важно поощрять библиотечную культуру среди населения. Это означает, что в первую очередь необходимо вызвать интерес к библиотекам у самых маленьких.

3. Как строить солидные и привлекательные библиотеки, которые будут полностью отвечать потребностям и желаниям детей и молодёжи?

Потребности и желания детей, подростков и молодёжи часто отличаются от потребностей и желаний взрослых. В одной из своих статей я писал: «Библиотеку посещают в основном взрослые, которые с грехом пополам приучили себя читать в детстве; мы можем говорить о "поколении СМС". Дети и подростки чаще говорят, что чтение – это "потеря времени" и значительно удобнее пользоваться технологиями коммуникации, здесь можно говорить о "поколении техно"». Я утверждал, что «два подхода, описанные выше, с нашей точки зрения дополняют диалог между поколениями в наших публичных библиотеках; наша конечная цель – приблизить друг друга поколения "СМС" и "техно" для того, чтобы книги и интернет вышли, к всеобщей радости, победителями».

Вопрос только в том, что нельзя заставлять детей и молодёжь делать то, чего они не желают делать; нужно принимать во внимание реалии их жизни. Сегодня разумнее рекламировать детские и молодёжные библиотечные программы в Фейсбуке и других

социальных сетях, на сайте библиотеки или в её блоге, с помощью СМС и так далее, чем с помощью печатных объявлений у входа в библиотеку.

Глобальная цель – дать этой категории населения необходимые инструменты для саморазвития, предлагая им в библиотеке больше культурного разнообразия, оставаясь «на одной волне» с молодёжью, их повседневной жизнью и их амбициями. Для этого необходимо переосмыслить помещение библиотеки, чтобы оно было более комфортным и гибким и при желании могло изменяться. Необходимо очень тщательно проводить отбор материалов – они должны отражать вкусы и пожелания детей и молодёжи. Необходимо сместить фокус с книги и сделать фонд более «гибридным», уделить больше внимания таким материалам, как диски DVD, CD, Blu-Ray и видеоигры. Необходимо поощрять юных посетителей библиотеки развивать не только знания и умения, но и творческий потенциал.

Все эти особенности обязывают нас полностью пересмотреть подход к библиотекам, начиная от архитектуры и заканчивая выбором мебели, цветов и прочих элементов обстановки.

Об авторе

Шарль Камдем Поэгела, 35 лет, библиотекарь, основатель и директор Центра чтения и культурных мероприятий (CLAC) в Яунде с 2007 года. Вице-президент Международной франкоязычной ассоциации библиотекарей и библиографов (AIFBD – www.aifbd.org); член постоянного комитета Секции библиотек для детей и молодёжи IFLA; член консультационного совета Фонда Билла и Мелинды Гейтс в рамках проекта «Глобальные библиотеки» в Африке. Шарль редактировал множество публикаций в профессиональных журналах и книгах.