

Дадонова Оксана Николаевна,
заведующая сектором «Центр культурных программ»,
Межрайонная централизованная
библиотечная система имени М. Ю. Лермонтова.
Санкт-Петербург

**«Формирование современного образа библиотеки:
опыт программно-проектной деятельности библиотечной системы в мегаполисе».**

Сегодня библиотеки – одни из самых активно меняющихся культурных институций. Причиной тому - высокая степень мотивации библиотек в поиске собственной идентичности в современном мире, перенасыщенном информацией, к которой практически каждый имеет почти неограниченный доступ. По мнению многих потребителей информации, интернет способен полностью заменить библиотечные ресурсы. Еще несколько лет назад в ответ на вопрос о публичных библиотеках можно было услышать: «А разве они еще не закрылись? Все, что мне необходимо, можно найти в интернете. Библиотеки уже не нужны, они устарели». Сегодня такие ответы становятся реже, и не в последнюю очередь благодаря активной позиции библиотек в освоении новых форм взаимодействия с читателем.

Санкт-Петербургская межрайонная библиотечная система им. М.Ю. Лермонтова на протяжении нескольких лет разрабатывает и воплощает проекты и программы, направленные на создание обновленного образа библиотеки как открытого, безопасного, адекватного современным информационным запросам пространства. Уникальный опыт МЦБС приобрела в процессе организации крупных городских событий – «Дня Достоевского», «Юбилея М.Ю. Лермонтова в Санкт-Петербурге» и многих других программ и мероприятий. Обобщенный опыт «Центра культурных программ» МЦБС, основные вопросы, стратегии, достижения, удаchi, сомнения, возникшие на пути реализации проектов и программ, предлагаем заинтересованным коллегам как повод поразмышлять о месте и роли современной общедоступной библиотеки в культурном поле мегаполиса.

За последние годы, рассматривая период с 2013 г. по 2017 г., мы наблюдаем заметный рост количества мероприятий и посещений в библиотеках МЦБС.

Можно ли с достаточной долей уверенности говорить о стабильном росте читательской аудитории библиотек, востребованности библиотечных ресурсов и услуг?

Проанализировав ряд численных показателей за период с 2013 по 2017 гг., мы получили следующие результаты: число посещений библиотек возросло на 6,8 %; число посещений мероприятий относительно общего числа посещений библиотек МЦБС возросло с 10 до 15%; число пользователей библиотек при этом стало меньше на 3 %; другими словами, за 5 лет мы приобрели более 20 тысяч новых посетителей, но при этом потеряли более двух тысяч пользователей, т.е. читателей. Означает ли это, что в библиотеку приходит все больше людей не за книгой, а с иной целью – исключительно на мероприятие? Стоит ли считать это опасной тенденцией или примириться с подобным развитием ситуации как с данностью? Очевидно, что запрос общества на информационные ресурсы и услуги библиотек меняется. В изменившемся информационном поле библиотека уже не только место для книги и чтения, как бы нам этого не хотелось, но и место для различного рода коммуникации, личностной реализации, развития, коллективного творчества, наконец, психологического комфорта и безопасности. Потребность найти для себя дружелюбную среду, где нет жестких ограничений личностной свободе, где можно просто отдохнуть, пообщаться с интересными людьми, приобщиться к культуре, искусству, ощутить себя частью культурного сообщества, эту потребность все чаще демонстрируют посетители библиотек.

Библиотека сегодня стремится стать именно таким пространством свободной коммуникации, в этом могут убедиться наши посетители, если, конечно, мы сможем донести эту информацию до потенциального пользователя, создать и закрепить в обществе новый, адекватный современности, образ библиотеки.

Это и есть стратегическая цель библиотеки в мегаполисе – заявить о себе, стать узнаваемой в городском культурном пространстве, создать устойчивый позитивный образ в среде горожан, охватить наибольший круг жителей мегаполиса, продемонстрировать наиболее ёмко собственные возможности, услуги, ресурсы.

Проекты и программы «Лермонтовки» можно условно разделить по вектору их деятельности на два типа - направленные внутрь библиотеки и вовне:

Тип 1 - публичные события внутри библиотек, обращенные к целевой аудитории, формирующие некую социальную общность, объединенную по интересам;

Тип 2 - общественные события, проводимые вне стен библиотеки, направленные на потенциальных пользователей.

В публичном пространстве библиотеки, непосредственно на площадках библиотек МЦБС регулярно проводятся мероприятия, представленные программами «Культурная среда», «Театральное прочтение», «Кино в реальном времени» и др., это театральные

постановки, концерты, публичные лекции, творческие встречи, художественные и тематические выставки, обучающие и образовательные занятия.

В городском общественном пространстве для самой широкой аудитории мы проводим Литературные праздники, фестивали, акции, передвижные выставки. В этом ряду особое место занимают ежегодные события—«День Достоевского», «Фестиваль Довлатова», Летний читальный зал в Саду Дружбы, Ночь музеев, Лермонтовские дни в Санкт-Петербурге, экскурсионная программа «Петербургские литературные прогулки».

Цель любого библиотечного мероприятия – привлечь новых пользователей и укрепить связи библиотеки с постоянным читателем. Результативность проектной деятельности определяется на наш взгляд, не только численностью посетителей, но в первую очередь, удовлетворенностью аудитории. Оправданы ли ожидания наших посетителей, слушателей, участников мероприятий? В конечном счете, именно от этого зависит, станут ли посетители библиотечных мероприятий нашими читателями в полной мере. Какой образ современной библиотеки сложится в их представлении и будет транслироваться в их социальной среде.

Принципиальная разница подходов к организации разных типов программ напрямую зависит от различий аудитории, на которую они направлены. Задачи библиотекаря-организатора при формировании программы зависят от её направленности, главный «мотиватор» – аудитория, к которой обращена программа, проект или событие.

В первом случае, при разработке программ в публичном пространстве библиотеки – задачи могут усложняться, детализироваться по ходу реализации, поскольку аудитория формируется непосредственно в стенах библиотеки, её реакции, ожидания можно непосредственно наблюдать и анализировать. Например, с помощью анкетирования или опроса аудитории. Так, проводя цикл лекций, мы предлагаем слушателям несложную анкету, анализ ответов на которую помогает нам:

- понять источник информации для потенциальных слушателей (афиша, электронная рассылка, сайт, социальные сети, рекомендации знакомых и т.п.);
- определить степень удовлетворенности аудитории темой, предметом лекции;
- планировать тематику будущих лекционных программ.

Как показывают самые свежие опросы, около 80% пользователей узнают о мероприятии из публикаций на официальном сайте МЦБС и в социальных сетях, примерно по 10% - из афиши в библиотеке и из других источников. Это означает, что библиотечный сайт действительно становится эффективным инструментом для работы с аудиторией, а так же свидетельствует о том, что мы вполне способны привлекать новых пользователей посредством интернет-рекламы. Повторные, неоднократные посещения

мероприятий одного цикла, программы, их положительные оценки в отзывах, дают понимание, что тема, программа интересны, полезны посетителям и могут иметь продолжение. Таким образом, у отдельных программ складывается постоянная целевая аудитория.

Обращая внимание на то обстоятельство, что библиотека в мегаполисе существует в достаточно плотной конкурентной среде культурных институций, мы понимаем, что на бесплатные библиотечные мероприятия будет отклик в первую очередь у той части горожан, которые не могут себе позволить достаточно часто посещать театры, концертные залы, музеи. Так, неизменным успехом пользуются в библиотеках концертные и театральные программы, бесплатные билеты на которые распространяются через систему абонеента. Однако, уровень исполнительского мастерства участников, тщательная подготовка мероприятия, продуманная тематика циклов, должны, по крайней мере, неизменно сохраняться на высоте или повышаться раз от раза. В противном случае неудовлетворенность аудитории неизбежно негативно повлияет и на имидж библиотеки, и на успех её будущих программ.

Безусловно, целевая аудитория каждой отдельной программы может сохранять длительную устойчивость, неизменность хотя бы в силу общности самой цели – узнать больше о том или ином предмете, обрести определенные навыки, умения. При этом, в наших силах повлиять на качественный состав аудитории – т.е. расширить её социальные, возрастные рамки. Знание о том, что цикл библиотечных мероприятий предлагает тот же, если не более высокий уровень исполнителей, лекторов, что и престижные, модные платные курсы, концерты, лекции, спектакли – это ли не повод сделать свой выбор в пользу посещения именно библиотечных программ?

Библиотечные проекты подобно театральным постановкам, иногда живут и развиваются из года в год, иногда, утрачивая активный интерес публики, естественным образом угасают. В библиотеке им. М.Ю. Лермонтова на протяжении нескольких лет успешно развивается программа «Театральное прочтение» - цикл камерных спектаклей в библиотечных залах, представляющих русскую и зарубежную классику в исполнении профессиональных театральных артистов. Программа уже приобрела своих постоянных почитателей, каждый новый моноспектакль ждут с нетерпением, иногда заранее перечитывая произведение. В процентном соотношении аудитория таких мероприятий представляется следующим образом: около 40% зрителей составляют читатели библиотеки, постоянные посетители; 30% - зрители, посещающие библиотеку лишь в дни мероприятий; 20% - друзья, знакомые постоянных посетителей, читателей, однократно

побывавшие на мероприятии; 10% - новые посетители, узнавшие о программе из различных источников (СМИ, интернет, афиши, программки).

Как видим, пополнение читательского состава библиотеки формируется за счет весьма немногочисленного процента новых, порой случайных посетителей. Вывод очевиден – наибольшие усилия необходимы в продвижении мероприятия, его рекламе вне стен библиотеки. О важности привлечения к этой деятельности специалистов можно говорить отдельно. Успех мероприятия иногда напрямую зависит не только от его наполнения, но и от грамотно составленного анонса, эффектной афиши, точно и вовремя организованной рассылки информации. Именно поэтому особое внимание мы уделяем двум основным аспектам – уровню предлагаемого мероприятия (в это понятие входит и мастерство исполнителя, и актуальность формата, темы самого мероприятия, отвечающие запросам аудитории); и второй аспект – тщательная подготовка рекламного контента (пресс-релиз, афиши, публикации).

Как в любой ситуации, связанной с конкуренцией, мы стараемся делать акцент на те услуги и предложения, которые мы как учреждение готовы оказать в лучшем качестве, бесплатно или при отсутствии подобных услуг на рынке, если подобный термин применим в нашей ситуации. Вероятно, библиотека не может и не должна конкурировать с театром, музеем, книжным магазином или концертным залом, даже предлагая бесплатную услугу. В таком случае, чем библиотечное мероприятие может быть привлекательно с точки зрения потенциального пользователя, кроме своей доступности? Безусловно, качеством подачи материала (будь то лекция, спектакль, выставка или иной формат); индивидуальным подходом к посетителю, зрителю, слушателю; возможностью совместить приятный досуг с получением полезной информации, навыков, знаний. Постоянный посетитель библиотеки заранее уверен в том, что здесь его ждет приятная атмосфера, дружеское общение, новые впечатления, знания, комфорт и спокойствие, чего так не хватает жителям больших городов. Но чтобы горожанин отправлялся в библиотеку с такой же уверенностью и желанием, как в любимый театр, у него должно сложиться устойчивое знание, представление о библиотеке, как о «своём», привычном, любимом месте общения и досуга, вполне отвечающем конкретным ожиданиям.

Чтобы донести это знание до потенциальных посетителей, мы стараемся больше внимания уделять программам второго типа направленности, связанным с выходом в общественное пространство, за рамки и стены библиотеки. Приведем лишь несколько примеров из опыта организации подобного рода событий.

Организация нового для Санкт-Петербурга литературного праздника – «Дня Достоевского» - стала настоящим сломом стереотипов. Праздник, напоминающий

литературный карнавал, практически сразу приобрел свой неповторимый дух, характер и стал городской традицией, а для посетителей библиотек открыл не только «нового Достоевского», но и новую библиотеку, живую, современную, креативную. Приятно осознавать, что с классиками можно не только серьезно размышлять, но и шутить, играть, вступать в диалог, не опасаясь строгих взглядов библиотекаря. Для библиотек «День Достоевского» стал своеобразным взглядом на себя со стороны, и оказался весьма полезным опытом продвижения классики в совершенно неклассической форме.

«Фестиваль Довлатова», включавший выставки, джазовые концерты, инсталляции с текстами писателя, стал свежим глотком живого общения и для самих библиотекарей, и для горожан. Вот лишь один из многочисленных отзывов: «Изменил свое представление о джазе. Теперь это не зудящая на фоне мелодия, а музыка, над которой хочется думать, фантазировать. Молчу о воспаленном Довлатовым сознании: кажется, это новая книжная любовь!».

В 2014 году МЦБС им. М.Ю. Лермонтова под руководством Комитета по культуре стала организатором широкомасштабного празднования 200-летия со дня рождения Лермонтова в Санкт-Петербурге, практически объединив в одну большую юбилейную программу более пятидесяти крупных городских событий, праздников, литературных акций, таких как городской праздник «Петербургский маскарад» в Александровском саду и юбилейный вечер в Таврическом дворце. Календарь Юбилейного года была представлен на пресс-конференции, и каждый месяц в нем был отмечен знаковыми и яркими событиями. В программе приняли активное участие 57 культурных институций, учреждений и организаций Санкт-Петербурга. Особой удачей юбилейной программы можно считать акцию «Лермонтов на всех языках», прошедшую в самом многолюдном месте – Гостином дворе, при участии почти всех дипломатических представительств культурной столицы. Литература и поэзия действительно объединили и примирили в этот день всех участников.

Цикл публичных лекции лучших специалистов вразных областях науки, искусства «Петербург Лермонтову», проходивший в больших исторических залах города, которыми не может похвастаться библиотека, привлек множество слушателей и позволил сделать вывод – формат публичной лекции не только не устарел, напротив, воспринимается как нечто свежее и в высшей степени продуктивное.

Участие в библиотечных мероприятиях политиков, журналистов, артистов, знаменитых личностей, весьма серьезных культурных институций работало не только на расширение празднования юбилея поэта, но и на повышение публичного статуса библиотеки.

В орбиту проекта включились необычные партнеры – предприятия и организации, с которыми каждый горожанин, так или иначе, сталкивается почти ежедневно – предприятия общественного транспорта, метрополитен, «Почта России», даже «Петрозлектросбыт». И государственные, и коммерческие структуры охотно влились в библиотечные программы, с их помощью наша аудитория расширилась во много раз, а информация о программе распространялась едва ли не быстрее, чем по каналам СМИ.

Что мы получили в результате, чему научились, чем считаем нужным поделиться с коллегами, анализируя приобретенный опыт? Прежде всего, опыт организации событий крупного, общегородского масштаба позволил поверить в свои собственные силы, повысить престиж профессии библиотекаря. В библиотеки пришли совершенно новые специалисты, молодые люди находят в библиотечных профессиях возможность реализовать свои творческие, интеллектуальные способности.

Сотрудничество с различными культурными институтами, государственными, общественными организациями, частными и коммерческими структурами, специалистами в разных областях расширило возможности библиотеки, повысило уровень мероприятий на высоту, где библиотека способна сотрудничать и конкурировать с самыми различными учреждениями культуры в мегаполисе. Успех был бы не достижим без дружеской поддержки коллег, партнеров. Мы многому учились у музейных специалистов, сотрудников архивов, библиотек, педагогов, журналистов.

Заметно изменился состав постоянных посетителей библиотечных мероприятий, все больше молодежи и горожан активного возраста (от 15 до 30 лет) привлекают в библиотеках мероприятия, ориентированные на саморазвитие, самореализацию, приобретение новых знаний, навыков, приобщение к ценностям культуры. Растет популярность лекций, образовательных программ, практических занятий. У наших современников зачастую не хватает времени на чтение, потому они охотнее обращаются к таким эффективным формам получения информации как лекция, мастер-класс, экскурсия. Библиотечные театральные программы, творческие встречи, вернисажи, проходящие в камерной, доверительной атмосфере, дают уникальное ощущение личной причастности к искусству.

Все яснее становится тот факт, что информационное поле общедоступной библиотеки не ограничено книгой, но должно включать в себя множество иных, альтернативных способов предоставления информации, в том числе посредством коммуникации между участниками библиотечных мероприятий.

Становится очевидным, что сопротивляться меняющимся потребностям библиотечной аудитории, пытаться сохранить привычные рамки существования

библиотеки не продуктивно, реальные результаты приносят лишь те проекты, которые основаны на пользе посетителя, отвечают его ожиданиям и потребностям, а не представлениям библиотекаря о том, «как должно быть».

Основываясь на практическом опыте, мы понимаем, как важно:

- завоевать и, главное, сохранить доверие горожан к библиотеке;
- не обманывать ожиданий как постоянных, так и новых пользователей;
- проявлять постоянство и стабильность в организационной работе;
- не навязывать собственный взгляд, но реагировать на запрос потенциальной аудитории;
- развивать востребованные, успешные программы, повышая их уровень, вместо того, чтобы атаковать посетителей большим количеством новых, неожиданных и непривычных событий;
- создавать комфортное пространство для межличностной коммуникации, самообразования, реализации интеллектуальных, профессиональных и творческих возможностей горожан;
- уважать читателя, его потребности и его мнение, даже если они отличаются от собственного.

Любой практический опыт требует изучения, вдумчивого анализа. Опыт реализации реальных библиотечных проектов и программ МЦБС им. М.Ю. Лермонтова в Санкт-Петербурге может стать полезным основанием для более глубоких, направленных исследований деятельности публичных библиотек.