

Соколова Людмила Николаевна, главный библиотекарь
Тверской ОУНБ им. А.М. Горького, руководитель ДИЦ

Межпрофессиональные коммуникации в проектной деятельности – школа социокультурной компетентности

Мне хотелось бы поделиться опытом успешных коммуникативных тактик стратегий в реализации проекта, который дал нам возможность предъявить социуму неожиданные для него компетенции публичной библиотеки.

Проект «Создание региональной сети Деловых информационных центров (ДИЦ) для предпринимателей на базе центральных библиотек», предложенный Тверской областной библиотекой им. А.М. Горького в рамках Областной целевой программы поддержки предпринимательства, был инновационным по сути и стратегическим по значимости перемен. ДИЦ задумывались как общедоступные информационные центры для населения с приоритетным обслуживанием предпринимательского сообщества муниципалитетов, по обучению информационной грамотности представителей малого и среднего бизнеса, использованию современных информационных технологий в библиотечном обслуживании.

Нашими партнёрами в проекте выступали региональные власти в лице руководителей департаментов, комитетов, агентств, федеральные и региональные контролирующие органы, общественные объединения предпринимателей и Фонды, коммерческие структуры (кадровые и консалтинговые фирмы).

Взаимодействие с партнёрами приобрело в проекте совершенно новый для библиотек уровень: Центры были встроены в региональную государственную инфраструктуру, как равноправный институциональный элемент, а именно, как структура поддержки предпринимательства.

За 4 года, начиная с 2006, из областного бюджета через Департамент экономики Тверской области выделено около 22 млн. руб. на оснащение Центров компьютерным и презентационным оборудованием, оргтехникой, мебелью. Всего открыто 119 Деловых информационных центров, в т.ч. 80 ДИЦ в сельских поселениях на базе сельских библиотек.

Благодаря реализации данного проекта, все центральные библиотеки муниципальных районов и городских округов укомплектовались новейшим по тому времени оборудованием, половина ЦБ, не имевших ранее доступа к Интернету, получили его, а в остальных появились дополнительные точки доступа. Всё это, несомненно, способствовало модернизации работы. Укрепился и статус библиотеки как современного информационного центра для населения, и имидж библиотекаря – специалиста информационных социально значимых услуг.

Наиважнейшим в начале проекта для нас было выстраивание отношений с партнёрами, межличностные человеческие коммуникации, в которых так много тонких психологических приёмов. Умение слушать, сочувствовать порой решали многие вопросы быстрее, чем профессиональные компетенции.

Что касается властных структур, то, в тот момент взаимоотношения с администрациями муниципальных образований (МО), департаментов не были строго регламентированы, не возводились в догму протоколы и вопросы реализации проекта решались с пониманием его важности.

В коммуникационном процессе, кроме субъектов, путей передачи информации есть ещё и сам продукт. С ним дело обстояло сложнее. И первым серьёзным сигналом для нас, что не всё так просто, было заявление одной из первых пользователей: «Надеюсь, вы не предоставите мне список литературы, мне нужна конкретная информация». Кстати, ей нужна была не просто адресная информация, а, по сути, маркетинговое исследование рынка продаж мясных продуктов в Тверском регионе.

Наше УТП (уникальное торговое предложение), наша уникальность была в ресурсах (патентная информация, стандарты, ТУ, РД) и способе передачи информации через сеть библиотек. В 2007 г. анкетирование представителей малого бизнеса в муниципалитетах показало наличие компьютеров только у 10-15 % предпринимателей. Ни одна другая государственная структура, не говоря о коммерческой, не обладала такими возможностями, не имела столь разветвленной сети технических средств коммуникации, как библиотечная.

Но предоставляя нормативно-правовую информацию, мы очень скоро убедились, что под информацией представители бизнеса понимают, как правило, консультацию. Далеко не все могут воспользоваться достаточно дорогими услугами юристов, бухгалтеров-аудиторов и других специалистов. У нас же нет знаний и права давать консультации юридического, финансового характера. Нужен был выход, и он нашёлся.

В Москве к тому времени появились первые телефонные горячие линии (ГЛ). Их появление связано с усилившимися проверками бизнеса контролирующими органами накануне вступления в силу (с 1 июля 2008 г.) закона о защите прав предпринимателей. «Милиция “кошмарил” бизнес напоследок». Много жалоб по этому поводу было высказано Президенту страны в апреле на Форуме предпринимателей, участницей которого мне посчастливилось быть.

Мы не могли от имени ДИЦ, структуры библиотеки, предложить проект ГЛ для предпринимателей с участием юристов, аудиторов, специалистов министерств и ведомств, контролирующих органов. Но зато сразу после Форума мы помогли общественной организации предпринимателей «ОПОРА РОССИИ», нашему генеральному партнёру, написать такой проект. Естественно, в обмен обговорили несколько важнейших условий: фактическое место нахождения ГЛ в ОУНБ им. А.М. Горького и телефон-факс для ДИЦ, участие всех ДИЦ центральных библиотек в доставке информации в МО. Мы одним разом внедрили в области новую социально-значимую технологию.

Вскоре стало обязательным представлять ежемесячный отчёт и подробный анализ проблем малого бизнеса с ГЛ на Координационном Совете по поддержке развития предпринимательства при Администрации Тверской

области. К тому времени меня по рекомендации общественных организаций предпринимателей ввели в состав данного Совета. Что дало членство в Совете для успешной реализации проекта? Возможность знать всю программу поддержки предпринимательства, понимать, на какие направления даются финансовые средства и какие инициативы поддерживаются. И, естественно, появилось гораздо больше шансов, имея свое лобби в лице членов Совета – предпринимателей, встраиваться в разделы программы, получая финансовую поддержку и развивая проект.

Благодаря этому обстоятельству сделали следующий шаг – приняли участие в подпроекте «Экспресс-курсы. Обучение предпринимателей». Его, по сути, инициировали мы, опираясь на возможности набирающей силу «ОПОРЫ РОССИИ» и возрастающую роль сети ДИЦ. Актуальность и востребованность обучения вытекала из анализа запросов на ГЛ. Он свидетельствовал о серьезных юридических и бухгалтерских проблемах в ведении малого бизнеса. И необходимость такого проекта никем не ставилась под сомнение.

В этом подпроекте Центры выступали в роли коммуникаторов, посредников для консалтинговых фирм, которые выигрывали по котировкам обучение представителей малого бизнеса. Но у них не было знаний предпринимательского сообщества в МО, им нужно было закладывать расходы на рекламу. А Деловые центры институционально являлись структурой поддержки предпринимательства, имели административный ресурс в лице руководителей отделов экономики, продвигали услугу обучения (готовая реклама для фирм), набирали группы для обучения. За посреднические услуги ДИЦ получали деньги. Но главное, одним из требований в техническом задании было прописано неременное условие: проведение семинаров, тренингов, мастер-классов только на базе ДИЦ. За нами закреплялось приоритетное право быть площадкой для коммуникаций.

И ГЛ и «Экспресс-курсы» обеспечивали нам приобретение БД малого бизнеса с контактами (тогда не было ещё речи о Законе о персональных данных). Собранная в библиотеках информация крайне необходима управленческим структурам всех уровней, консалтингу, внедряющемуся в муниципалитеты со своими программами обучениями. Тем самым ещё больше укреплялся наш статус равноправных партнёров. Более того, теперь не мы искали партнёрства, нам его предлагали.

В 2008 году от налоговых органов по Тверской области последовало неожиданное, на первый взгляд, предложение: отправка предпринимателями налоговой отчётности через Интернет в Деловых центрах. А почему нет? В любом случае, мы несли ответственность только за электронную доставку документа, чёткий приём протокола и доведение до пользователя результата отправки. Кстати, в ДИЦ программное обеспечение «СБИС» устанавливалось с огромной скидкой, в 3 раза дешевле, чем обычным клиентам. И если на обучение, даже на консультации предпринимателя нужно было всё-таки «агитировать, увлекать», то отчёт в налоговый орган – обязательная позиция в бизнесе, а значит обязательное посещение библиотеки для отправки отчёта 1

раз в квартал, в пенсионный фонд – 1 раз в год. А вот дальше должна проявляться наша библиотечная профкомпетенция – удержать пользователя, и здесь важна углубленная индивидуальная работа, в т.ч. по приобщению к чтению. На моем столе рядом с компьютером всегда лежит стопка книг по тематике семинара, заседания Совета и т.д., и я не премину показать посетителям новую и нужную для каждого из них. А вот история в стиле модного сегодня сторителлинга по «удержанию» пользователя.

Однажды в день работы Общественной приёмной для предпринимателей в ДИЦ появился, по виду, доведённый до отчаяния человек. И на мой привычный вопрос «Чем можем Вам помочь? – он, глядя на бейдж с надписью «Главный библиотекарь», зло ответил: «А что Вы можете, библиотекари?». Постоянные уроки в рамках Горячей Линии научили меня главному: быть на одной волне с чувствами моих пользователей. Сначала снять напряжение, отрицательные эмоции и только потом решать вопрос. «Ну, уж если ждать приёма, то за чашкой чая, не обессудьте, по-библиотечному, только с сахаром», – позвала я расстроенного бизнесмена. И пока он оттаивал за чаем, предложила перепечатать его прошение в Комитет имущественных отношений по поводу выделения земли под пилораму (вопрос самый сложный в Тверской области – выделение земли). Письмо, которое он держал в руках, вероятно, полежало рядом с пилой и в трелевочном тракторе. Кроме того, оно набрано нечитаемым размером шрифта «8», ошибочной была и форма обращения к тогдашнему руководителю Комитета имущественных отношений. Впоследствии, когда его вопрос медленно, с трудом, но начал решаться, пошли в гору дела, мы стали с ним почти друзьями, чай, по-прежнему, пьём по-библиотечному.

В коммуникациях очень важно погружение в предмет, быть компетентным, пусть на уровне основных понятий, в обсуждении проблем с обратившимися к нам людьми. Без этого мы бы выглядели маргиналами в межпрофессиональном взаимодействии, нам бы не доверяли, что значительно бы сузило круг партнёров, участников проекта.

Когда в кризисном апреле 2009 г. в Центры занятости обратилась масса людей, и в т.ч. в рамках подпрограммы «Создание своего бизнеса», они просто воззвали к нам о помощи. Мы целиком разработали, естественно, согласовав со службой занятости, памятку для безработных (вернее, перевели на человеческий язык инструкцию по алгоритму встраивания в эту подпрограмму), структуру бизнес-плана. Сотрудники ДИЦ муниципальных центральных библиотек писали бизнес-планы для безработных, особенно из сельских поселений.

В дальнейшем Центры занятости в муниципалитетах, оценив знания и умения моих коллег, заключали договоры на информационное и консультационное сопровождение подпрограммы «Создание своего бизнеса», оплачивая и, вполне достойно, данные услуги. А затем новые предприниматели-фермеры становились постоянными пользователями, приходили на учёбу, консультации, поскольку знаний им явно не хватало. По

их просьбе нам приходилось даже содействовать развитию кооперационных связей между начинающими фермерскими хозяйствами в ходе поисков по региону той или иной породы гусей, свиней, кормов, делать многое другое. Ведь сотрудники ДИЦ по сети могли оперативно дать запрос своему коллеге в другом районе и получить ответ в течение дня.

Новые для нас компетенции и погружение в очередной «предмет» появились и в случае сотрудничества с Фондом содействия кредитованию малого бизнеса. Специалисты в сфере финансов подготовили инструкции, по которым библиотекарь ДИЦ мог провести собеседование с предпринимателем, чтобы помочь понять ему возможность получения займа, кредита, субсидии.

Вся работа с предпринимателями в муниципалитетах строилась по программам поддержки малого бизнеса, в которые мы встраивались, наполняя своим содержанием. Из общения и работы с разными группами предпринимателей родились темы мероприятий: «Ярмарки бизнес-идей», «Тематические парки», «Железный предприниматель», «История успеха. Портрет предпринимателя». А также выставки-презентации «Достижения малого бизнеса».

Количество усилий переходило в качество. Нам доверили выпускать муниципальные справочники по истории, современному развитию бизнеса в муниципалитете, посвящённые успешным предпринимателям. И это стало очередным шагом в установлении доверительных отношений с каждым из «субъектов нашего интереса» при подготовке материалов для издания, для демонстрации ресурсов библиотеки и своих профессиональных навыков.

Опыт межпрофессиональных коммуникаций содействовал повышению объёма социокультурной компетенции. В ходе реализации проекта мы раздвинули библиотечное пространство, позиционируя его как пространство культуры, объединяющее множество социальных групп, государственных, общественных и коммерческих структур, с которыми на первоначальном этапе и не предполагали найти точки соприкосновения, не говоря уже о выгодном сотрудничестве. Деловые центры в библиотеках стали и для бизнес-сообщества, и для библиотекарей эффективной коммуникационной площадкой, на которой отработывалась практика освоения межпрофессиональных компетенций и профессионализмов. В результате сформировали целый набор новых услуг, технологий, которых раньше библиотеки не предлагали.

И поскольку в коммуникации всё решает личность коммуникатора, его компетентность и опыт, понимание всех тактик, психологических приёмов, своей роли в коммуникативном акте, то необходимо об этом говорить особо.

Не будем лукавить, что все библиотекари, участники проекта, восприняли «на ура» новую для себя роль. На «ура» везде проходило получение оборудования и подключение к Интернету, остальное – сложно.

Во-первых, необходимо было преодолевать барьер сложившегося имиджа библиотеки и библиотекаря, психологии «протянутой руки». Нам пришлось прибегнуть к психологическим тренингам по коммуникациям, учиться

искусству самопрезентации. Далеко не у всех за спиной был мощный ресурс и авторитет своей библиотеки.

Вторая трудность – замкнутость на традиционные функции, вера в непогрешимость своего профессионализма в работе с читателем.

Третья и неожиданная для нашей профессии проблема в проекте – неприятие предпринимателей, их отрицательный образ в представлении библиотекарей. Преодолевали в себе восприятие представителей бизнеса как «хапуг», «воров». В большинстве случаев это происходило быстро. Чем глубже мы погружались в их проблемы, связанные с трудно решаемыми вопросами бизнеса муниципальными властями, с недооценкой важности его вклада в развитие конкретной территории, тем больше компетенций и соответственно доверия предпринимателей приобретали. Тогда и возникли на базе Центров клубы предпринимателей, туда же «вселились» создающиеся местные отделения общественной организации «ОПОРА РОССИИ».

Нужно было учиться каждый день, погружаясь в новый «предмет», его «профессионализмы» на уровне понятий, тенденций, проблем и задач. Иначе ДИЦ выглядели бы маргиналами в межпрофессиональных взаимодействиях. На каждом семинаре, как заклинание, приходилось повторять: «Коллеги, ваше утро начинается с «чашки кофе» за электронной почтой и сайтами “ОПОРА РОССИИ”, “Департамента экономики Тверской области”, Фонда содействия кредитованию малого бизнеса». Со временем требования к деятельности ДИЦ усложнялись, с 2009 г. в соответствии с Соглашением между Департаментом экономики, Комитетом по делам культуры Тверской области и Тверской областной библиотекой им. А.М. Горького в рамках проектного взаимодействия введены стандарты на оснащение ДИЦ, проведение семинаров для предпринимателей, обязательное оформление информационных выставок. Введение стандартов, в принципе, упрощало взаимодействие партнёров в решении сложных задач и предъявляемых со временем высоких требований к участникам проекта.

Сегодня от специалиста ДИЦ требуется умение работать с пользователем, партнёрами, писать проекты, сценарии, презентации, брать и давать интервью, фотографировать, снимать видео и многое другое. К этим традиционным библиотечным компетенциям необходимо добавить широкий спектр умений и навыков технического характера, а также понимание того, каким образом формируется цифровой контент, с помощью каких средств он транслируется.

На проекте ДИЦ в библиотеках выросли новые лидеры, как среди представителей бизнеса, так и среди моих коллег. Из наших рядов лучшие шагнули в Главы муниципалитета, заместители глав администраций, руководители комитетов по экономике и туризму. Мои коллеги так привыкли и втянулись в жесткий, динамичный стиль работы в проекте, что сегодня, когда он практически реализован в финансовой его части, а в содержательной перешёл в текущую работу, нам не хватает «драйва». Но вскоре, надеемся, нам предстоит реализовать не менее масштабный новый проект.