

ТРУШНИКОВА Г.А.

МОЗЕС Т.А.

Алтайский государственный университет,  
г. Барнаул

## ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗОВСКОЙ БИБЛИОТЕКИ

(к постановке проблемы)

### 1. Общая характеристика деятельности библиотеки

Библиотека Алтайского государственного университета - один из крупных научно - информационных центров региона. К настоящему времени её фонд превышает 915 000 экземпляров, из них научной литературы - 430 000, учебной - 448 000.

Весь фонд отражен в системе каталогов и карточек, а с 1992 г. — в электронном каталоге, который насчитывает 76 тысяч библиографических записей.

Библиотека осуществляет библиотечно - библиографическое и информационное обслуживание читателей. Читателями нашей библиотеки являются свыше 20 тысяч человек, включая слушателей курсов повышения квалификации, подготовительных курсов, а также специалистов города и края. Для обслуживания читателей организованы учебные и научные абонементы и читальные залы. За год всеми подразделениями обслуживается порядка 48 000 человек, книговыдача составляет 1 412 000 экземпляров.

Нами приобретены базы данных ВИНТИ, ИНИОН, РГБ и «Информкультуры» (всего 4 004 277 записей) и созданы собственные («Статьи», «История Алтайского государственного университета», «Труды ученых университета», «Высшая школа») в объеме 41471 записей. Две последние, наряду с электронным каталогом, размещены на сайте библиотеки.

Картотека «Труды ученых Алтайского государственного университета» представляет особый интерес. Электронная версия картотеки открывает для молодых ученых возможность заявить о себе широкой научной общественности. Поэтому сейчас библиографическая информация дополняется полнотекстовой с использованием электронных оригинал - макетов и технологии сканирования.

Библиотека обеспечивает читателям свободный доступ к мировым информационным ресурсам, в т.ч.:

журналам Кембриджского университета (коллекция Science, Technology & Medicine Cambridge University Press) - проект Национального электронно - информационного консорциума (НЭИКОН);

научной электронной библиотеке, созданной при поддержке РФФИ;

полнотекстовой электронной базе диссертаций РГБ;

Центральной библиотеке образовательных ресурсов (полнотекстовая база данных учебной и учебно - методической литературы).

Оформлена подписка на полнотекстовые электронные базы данных, предоставляемые международным агентством EBSCO и российским информационным агентством INTEGRUM.

Сотрудники отдела библиографии, изучая сетевые ресурсы, отбирают документы по профилю вуза и выставляют ссылки на них на сайте библиотеки. Чрезвычайно важными для наших ученых оказались полнотекстовая база данных канадских диссертаций на английском и французском языках, онлайн-версий журналов, публикуемых Институтом физики, и другие источники.

В 2001 г. библиотека выиграла грант по проекту «Региональная распределенная корпоративная библиотечная система», благодаря которому вошла в библиотечный консорциум г. Новосибирска, оформила членство в АРБИКОН, получила доступ к фондам крупнейших библиотек и информационных центров России по каналам электронной доставки документов.

Библиотека ведет гуманитарно - просветительную работу среди читателей. При библиотеке действуют два клуба: любителей литературы и искусства «Интеллектуал» и любителей самодельной песни «Синяя птица». Эти клубы объединяют не только студентов и сотрудников нашего университета, но и других вузов.

Мы постоянно следим за опытом других библиотек по внедрению дополнительных, в т.ч. платных услуг, и постоянно пополняем номенклатуру услуг нашей библиотеки.

## 2. Сущность и функции корпоративной культуры в университетской библиотеке

Значительный и с каждым годом возрастающий объем работ, выполняемых библиотекой при относительно небольшом штате, заставляет нас искать пути мобилизации наших ресурсов. В последнее время все чаще в печати появляются публикации, касающиеся формирования корпоративной культуры. Привлекла эта проблема и наше внимание.

Корпоративная культура, иногда называемая организационной культурой, - это идеи, взгляды, основополагающие ценности, представления, убеждения, поведенческие нормы, разделяемые не только руководством, но и большинством сотрудников организации.

Корпоративная культура значима тем, что она:

1. предопределяет совпадение ценностей организации и работника, качественное улучшение их совместной жизнедеятельности;

2. обеспечивает формирование морально - этических ценностей и установок, стимулирующих деятельность человека;

3. способствует укреплению связей (социального партнерства) работников всех уровней на основе ценностей, норм и традиций организации, повышению ответственности персонала за качество трудовой деятельности;

4. определяет стили поведения и стили общения с коллегами и пользователями, уровень мотивированности, активности, удовлетворенности трудом.

В целом (по выводам Г.И. Мальцевой) коллектив, обладающий высокой корпоративной культурой, отличает:

- слаженность, взаимодействие (командный дух);
- удовлетворение работой и гордость за ее результаты;
- преданность организации и готовность соответствовать её высоким стандартам;
- требовательность к качеству труда;
- готовность к переменам, вызванным развитием прогресса и конкурентной борьбой.

Формирование или изменение корпоративной культуры — как правило, сложный, длительный, а порою и болезненный процесс. Признаемся, у руководства библиотеки были опасения, что подобный проект натолкнется на сопротивление со стороны сотрудников, поскольку нарушался привычный, установившийся ритм производственной жизни, и коллективу предстояло двигаться в новом для него, еще не освоенном социальном пространстве.

Процесс формирования корпоративной культуры мы разделили на ряд этапов:

- определение миссии организации, её базовых ценностей;
- определение и внедрение стандартов поведения членов организации на основе базовых ценностей, отраженных в миссии организации;
- формирование положительного имиджа библиотеки;
- создание условий для самореализации и профессионального роста персонала;
- адаптация новых сотрудников к условиям работы и профессиональным ценностям библиотеки;

- совершенствование стиля руководства и управления библиотекой в соответствии с провозглашаемыми ценностями;
- создание новых и упрочение сложившихся позитивных традиций, разработка символики, фирменного стиля.

Нельзя считать, что мы начинали на пустом месте. Прежде всего мы исходили из основополагающих документов, определяющих работу библиотеки: «Положение о библиотеке», «Правила пользования библиотекой», «Правила внутреннего распорядка», «Стратегический план развития библиотеки до 2010 г.», «Положение об оплате труда сотрудников научной библиотеки Алтайского государственного университета».

Задача, стоящая перед нами, заключалась в том, чтобы выстроить каркас корпоративной культуры библиотеки, сформулировать концепцию перехода к профессиональному сообществу, объединенному не только своей функциональной направленностью, но и единством профессионально - мировоззренческих и профессионально - этических взглядов.

### 3. Миссия библиотеки как стратегический элемент корпоративной культуры

В задачу настоящей статьи не входит детальное освещение всего комплекса вопросов, охватывающих проблему корпоративной культуры. Поэтому оставимся на некоторых из них, имеющих, по нашему мнению, принципиальное значение. Попытаемся внести ясность относительно всё настойчивее входящего в обиход библиотковедческой терминологии понятия миссии библиотеки. Тем более, что в нем концентрируется и выражается суть преобразований в области корпоративной культуры.

Сложность состоит в необычайно широкой и противоречивой трактовке данного термина - на сайте [www.advertology.ru/article](http://www.advertology.ru/article) собраны и прокомментированы десятки определений, принадлежащих ведущим отечественным и зарубежным ученым. Мы же ограничимся рассмотрением трех наиболее распространенных точек зрения.

Для зарубежной хозяйственно – промышленной практики миссия – четко выраженная причина, головная общая цель, для которой создана организация. Генри Форд определял миссию своей компании как предоставление самому широкому кругу людей дешевого, доступного им транспорта. Очевидно, что миссия здесь – стратегическое направление, на котором сосредоточены усилия хозяйствующего субъекта, один из элементов стратегического планирования.

Понятие миссии применяется и в стандартах ИФЛА. В книге Р. Полл и П. Бокхорста «Измерение качества работы. Международное руководство по измерению эффективности работы университетских и других научных библиотек» с некоторыми оговорками в предисловии тем не менее в последующем тексте говорится:

“ В целом миссия вузовской или научной библиотеки может быть сформулирована следующим образом: отбирать, комплектовать, систематизировать и обеспечивать доступ к информации пользователям и в первую очередь основной их группе, а именно – сотрудникам учреждения.”

Тут уже речь идет даже не о целях, а, преимущественно, о функциях библиотеки.

Напомним, однако, что в русском языке слово “миссия” имеет свой собственный, исконный смысл. В толковых словарях оно означает призвание, предназначение. То есть человек не просто выполняет какую – то деятельность, функцию, а именно ту, которая составляет его призвание, в осуществлении которой он реализует содержание своей жизни (предназначение).

В опросе, который проводился в вузах Дальнего Востока, часть преподавателей видела свою миссию в том, чтобы «сеять разумное, доброе, вечное». Обратим внимание, насколько формулировка миссии отлична от цели и функций. Цель труда преподавателя – раскрыть перед учащимися ту область знаний, в которой он является специалистом. Функции, или то, что он делает для достижения этой цели, заключаются в проведении занятий, повышении квалификации, участии в научных исследованиях и т.д.

Миссия - «сеять разумное, доброе, вечное» - сама по себе отнюдь не сводится к вышеперечисленным функциям и может проявляться в совершенно иных сферах профессиональной деятельности, в т.ч. и библиотечной. Она – некая внепрофессиональная позиция, определяющая отношение человека к миру в целом и к своему труду, чем бы он ни занимался.

Поэтому в научной литературе подчеркивается, что миссия – это прежде всего философия организации, формирующая ее культуру, социальные ценности, смысл существования на рынке. Подобно тому, как каждый человек по – своему задает для себя смысл своей жизни, так и индивидуальность организации проявляется в определенных духовных ценностях, принципах, которым она следует в своей работе. В этом отличие данной организации от остальных, ее уникальность.

Предназначение организации выражается целями и задачами, но цели и задачи бывают разных уровней. Миссия, с нашей точки зрения, - это сверхуровень, лежащий над производственными, экономическими и прочими частными целями. Это не стратегия и не тактика действий, если понимать под этим долгосрочный или оперативный план действий. Миссия задает целевые ориентиры и сферы деятельности с точки зрения их социальной или духовной значимости и – с таких же позиций - возможности и способы осуществления деятельности.

Удачный пример формулировки миссии организации мы нашли в тематической подборке на сайте <http://realreferat.narod.ru>, где говорится:

“Миссия компании заключается в содействии экономическому развитию к благосостоянию сообществ, обслуживаемых компанией, путем предоставления гражданам и предприятиям качественных банковских услуг таким образом и в таком объеме, которые соответствуют высоким профессиональным и этическим стандартам, обеспечения справедливой и соответствующей прибыли акционерам компании и справедливого отношения к сотрудникам компании.”

В чем сильные стороны этого определения?

1. Понятно, что организация действует не сама по себе и не для самой себя. Миссия организации - ее социальное предназначение, то есть то, что общество ждет от функционирования данной организации, а ждет оно, разумеется, удовлетворения каких - либо своих потребностей. Следовательно, организация должна принимать во внимание интересы целого ряда групп – собственников, сотрудников, пользователей, партнеров по бизнесу, местного сообщества, государства. В приведенной ранее формулировке учитываются цели всех категорий лиц, сотрудничающих с компанией: потребителей - «благополучие сообществ, обслуживаемых компанией»; персонала – «справедливое отношение к сотрудникам»; владельцев – «обеспечение прибыли акционерам». Одновременно указывается, что результаты деятельности компании достигаются не любыми методами, а лишь теми, которые отвечают профессиональным и этическим стандартам поведения.

2. Рассматривая данную миссию, мы видим, что она довольно конкретна, потому что:

- прорисована глобальная цель — содействие экономическому благополучию сообществ;
- названа сфера деятельности компании и способ, каким она собирается осуществить поставленную цель — оказание банковских услуг.

Вместе с тем устремления компании, направления развития сформулированы достаточно широко и дают большую свободу в выборе конкретных путей достижения поставленной цели, подразумевают реализацию самых разных проектов, подводящих к одному результату.

В свете сказанного становится, на наш взгляд, очевидным недопустимость отождествления понятий “миссия”, с одной стороны, и целей, задач, функций библиотеки, с другой. Точно так же нельзя требовать от каждой библиотеки, чтобы она непременно имела свою миссию. До этого библиотека должна естественным образом дорасти.

Миссия – не перечень профессиональных задач или обязанностей организации; для этого есть иные документы – положение об отделе, планы, отчеты, должностные инструкции и пр. Если библиотека рассматривает себя всего лишь производственным звеном в структуре образовательного учреждения, действующим в рамках исходящих свыше предписаний, то ни о какой миссии говорить не приходится: в ней просто нет необходимости, отсутствует момент осознания своей роли. При этом вовсе не обязательно, что результаты работы библиотеки будут иметь менее высокие показатели.

В чем же тогда продуктивность миссии? Мы сочли бы необходимым выделить три фактора:

### 1. интегрирующая роль

Миссия “ориентирует в едином направлении интересы и ожидания тех людей, которые воспринимают организацию изнутри, и тех, кто воспринимает организацию извне”.

### 2. дисциплинирующая роль

В ходе выработки миссии приходит понимание того, что при всей хозяйственной автономности образовательного учреждения библиотека действует в мире пересекающихся связей, коммуникативной насыщенности и взаимодействия, а потому её работа должна строиться не по произвольным соображениям руководителя, а образно – не побоимся высоких слов - накопленному человечеством опыту общежития. Чтобы ощутить это, достаточно обратиться к документам Международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА). Это «Декларация ИФЛА о библиотеках, информационных службах и интеллектуальной свободе», «Манифест о публичной библиотеке ЮНЕСКО / ИФЛА», «Московский манифест: рекомендации по международному сотрудничеству для развития электронных библиотек, музеев и архивов в России», «Руководство ИФЛА / ЮНЕСКО для школьных библиотек», «Рекомендации по библиотечному обслуживанию подростков и молодежи», «Права и обязанности издателей и читателей».

Указанные материалы (они опубликованы в бюллетенях ИФЛА и РБА, а также их легко найти на многочисленных сайтах библиотечных ассоциаций) послужили нам неким прообразом для уяснения миссии библиотеки. Показательно, что в обращениях, резолюциях, рекомендациях ИФЛА функциональные задачи выводятся из общественного предназначения библиотек, в контексте демократического взгляда на права и свободы личности.

### 3. стратегическая роль

которая проявляется в следующем. Миссия:

- является базой для установления целей организации, обеспечивает непротиворечивость набора целей, а также помогает выработке стратегии организации, устанавливая направленность и допустимые границы ее функционирования;
- обеспечивает стандарты для распределения ресурсов организации, создает базу для оценки использования ресурсов в процессе функционирования организации;
- расширяет для работника смысл и содержание его труда, позволяя тем самым расширить арсенал средств мотивации трудовой деятельности.

Для нас миссия библиотеки включает три составляющие, которые сочетают гуманитарную направленность применительно и к читателям, и к сотрудникам библиотеки, в т.ч. и за счет выбора такого технологического инструментария, который способствовал бы устранению в работе и читателя, и библиотекаря трудоемких механических операций и замене последних процедурами более творческого характера. Этими составляющими являются:

- обеспечение прав и интересов читателей, признание их приоритетными в деятельности библиотеки;
- формирование коллектива библиотеки как команды единомышленников с благоприятными условиями труда и социально – психологическим климатом;
- организация работы библиотеки как высокотехнологического производства.

### **4. Диагностика корпоративной культуры методом анкетирования**

Для разработки и внедрения стандартов поведения нами была проведена в форме анкетирования персонала диагностика уровня корпоративной культуры. Текст анкеты дан в приложении № 1.

Мы не станем приводить статистику и анализ ответов (отметим, что в опросе приняло участие 87 % сотрудников), поскольку в каждой библиотеке будут свои цифры, которые получают правильное истолкование только с учетом конкретных условий. Нам же хотелось бы остановиться на структуре и назначении предложенных в анкете вопросов.

По содержанию и направленности их можно условно разделить на 4 цикла. Первые три вопроса – социальные характеристики анкетированных: возраст, образование, стаж.

Следующий цикл ставит своей целью выявление мотивов трудовой деятельности. В частности, нами были выделены следующие группы мотивов:

- содержательности труда, степень удовлетворенности характером и условиями труда,
- статусные мотивы, связанные с общественным признанием (плодотворности) трудовой деятельности, со степенью влияния работника на деятельность библиотеки (инициатива, самостоятельность, информированность, участие в принятии решений).
- мотивы, ориентированные на определенный уровень интенсивности работы;
- мотивы, влияющие на психологическое состояние сотрудника и стратегию его поведения.

Третий цикл связан с изучением потребности работника библиотеки в повышении квалификации как элемента позитивного профессионального самочувствия. Нас интересовали не столько эффективность тех или иных форм повышения квалификации, сколько внутренняя потребность библиотекарей в расширении и обновлении своих знаний, исходя из их представлений о характере библиотечного труда.

Четвертый цикл устанавливает отношение библиотечных работников к основному контингенту потребителей их услуг. Данный показатель является ключевым для уяснения психологической готовности персонала к выполнению целей и смысла библиотечного обслуживания.

Сразу же оговоримся, что последовательность расположения вопросов не всегда соответствует приведенной выше классификации. Это сделано для того, чтобы у сотрудников библиотеки не складывалась логическая схема анкеты, под впечатлением которой могли бы даваться ответы.

Для обеспечения анонимности участникам опроса были выданы конверты единого формата и цвета, в которых анкеты после их заполнения помещались в специально установленные опечатанные ящики. Разрешалось и была предоставлена возможность заполнения анкет на компьютере.

По завершении анализа анкет мы приступили к разработке рекомендаций по формированию корпоративной культуры. На их основе была составлена программа «Формирование корпоративной культуры научной библиотеки Алтайского государственного университета». Укажем вкратце, что делается нами по некоторым направлениям программы.

### 5. Формирование стандартов поведения сотрудников библиотеки

Стандарты поведения сотрудников библиотеки изложены в «Кодексе профессиональной этики сотрудника научной библиотеки Алтайского государственного университета». Смысл кодекса - официально, документально закрепить те нормы поведения, которые, соответствуя базовым ценностям, приближают библиотеку к намеченному уровню работы.

При подготовке данного документа были использованы «Кодекс профессиональной этики российского библиотекаря», принятый конференцией Российской библиотечной ассоциации (РБА) 22.04.1999 г., материалы других профессиональных сообществ.

### 6. Формирование положительного имиджа библиотеки

Самый надежный способ формирования положительного имиджа библиотеки в глазах читателей - так организовать работу, чтобы он не уходил из библиотеки неудовлетворенным (мотивированный отказ в корректной, вежливой форме может также не вызывать раздражения читателя). Однако, чтобы библиотека имела перспективы, необходимо работать на опережение, т.е. уметь предусмотреть запросы, которые появятся в ближайшем и отдаленном будущем, и своевременно информировать читателей о возможностях библиотеки - как тех, которые уже задействованы, так и тех, которые библиотека предполагает использовать.

Свои усилия мы направляем на решение следующих задач:

1. Создание комфортных условий для читателей, включающее:
  - удобный график работы библиотеки;
  - продуманное расположение подразделений и пунктов обслуживания, минимизирующее усилия читателей на получение литературы;
  - разработка и реклама новых видов услуг.
2. Внедрение новых технологий для сокращения сроков обработки литературы и обслуживания читателей. Так, нам удалось ускорить процессы обработки литературы изменением пути книги и объединения отделов комплектования и обработки.
3. Постоянный контроль качества работы подразделений, приближение к мировым стандартам качества. В библиотеке создана организационно-технологическая комиссия, которая контролирует технологические процессы, выявляет «узкие» места, разрабатывает пути выхода из критических ситуаций.
4. Обеспечение доступа к мировым информационным ресурсам.
5. Создание доброжелательной обстановки и психологического климата, обучение сотрудников методике предупреждения и ликвидации конфликтов при обслуживании читателей.

6. Формирование положительного имиджа библиотеки в глазах читателей печатными и электронными средствами массовой информации, издания рекламных материалов.

7. Участие в проектной и грантовой деятельности. Библиотека выиграла 6 грантов Института «Открытое Общество» (Фонд Сорроста) и постоянно отслеживает информацию о предполагаемых проектах, грантах на условиях софинансирования и совместного участия других фондов и благотворительных организаций.

8. Представление библиотеки на конференциях, совещаниях, публикации сотрудников в научных изданиях.

### 7. Управление персоналом

Одна из особенностей формирования кадрового состава нашей библиотеки состоит в том, что библиотека является базой практики для студентов факультета информационных ресурсов и дизайна Алтайской государственной академии культуры и искусств. Для проведения производственной практики студентов разработана специальная программа, предусматривающая:

1. определение количественного состава практикантов для каждого подразделения библиотеки, определение предполагаемого объема работ, программы практики;

2. распределение студентов по подразделениям библиотеки в соответствии с программой практики и предварительными заявками заведующих отделами;

3. ознакомление с библиотекой, просмотр презентации Power Point «Научная библиотека Алтайского государственного университета»:

- миссия библиотеки и цели ее деятельности;
- место библиотеки среди вузовских библиотек города;
- основные показатели деятельности библиотеки;
- структура библиотеки, знакомство с отделами;
- экскурсия по библиотеке.

4. изучение основных документов, регламентирующих деятельность библиотеки;

5. выполнение программных заданий в отделах библиотеки, заполнение дневника;

6. составление отчета по практике (составляет студент-практикант), характеристики на практиканта (составляет заведующий отделом);

7. защита практики.

Перенасыщенность города специалистами библиотечного профиля (сказывается наличие библиотечного вуза) открывает для нас возможность выбора. Не случайно большинство наших сотрудников - бывшие студенты-практиканты.

Достаточно четко действует в библиотеке система адаптации новых сотрудников, включающая несколько стадий:

- прием (собеседование с руководством библиотеки и заведующим отделом, оформление документов в отделе кадров);
- прохождение двухмесячного испытательного срока с обучением на рабочем месте,
- аттестация с переводом на постоянную работу.

Обязательные процедуры - предварительная информация о библиотеке, представление коллективу. Двухмесячный срок, по нашему мнению, вполне достаточен для того, чтобы сотрудник смог определить для себя, принимает ли он условия, в которых ему предстоит работать, а нам - разобраться, стоит ли работать вместе.

Каждого поступившего сотрудника мы просим заполнить анкету, состоящую из двух частей: «Что библиотека может предложить сотруднику» и «Что сотрудник ждет от библиотеки». Сотрудник заполняет вторую часть, посредством которой мы пытаемся понять его ожидания. Первую часть, где приведены требования библиотеки к сотруднику, условия труда и социальные гарантии, заполняет администрация библиотеки.

Анкета (приложение № 2) выполняет две функции:

во - первых, она позволяет, пусть в самом общем виде, проанализировать, насколько реально близки интересы библиотеки и ее нового сотрудника, к каким видам работ он имеет склонность, каковы перспективы для его будущего роста;

во - вторых, она служит юридической гарантией того, что при поступлении работник был детально ознакомлен с характером и условиями труда.

Внедрение корпоративной культуры - задача прежде всего руководящего состава библиотеки. Именно поведение руководителя оказывает непосредственное влияние на рядовых сотрудников. Отсюда наше внимание к созданию кадрового потенциала, чему служат разработанные в числе первых документов карты «Формирование кадрового резерва» (приложение № 3).

Результаты анкетирования выявили одну любопытную тенденцию. 42% опрошенных считают, что вправе занимать более высокую должность, в том числе 11 человек хотели бы руководить сектором, 8 - заведовать отделом, один - выполнять обязанности заместителя директора и 6 сотрудников видят себя в качестве директора библиотеки. Предполагаем, что последнее обстоятельство может вызвать улыбку читателя, но тем не менее таковы факты, с которыми следует считаться и на которые необходимо реагировать. Вот почему мы охотно идем на делегирование некоторых полномочий директора и его заместителей заведующим отделами, а полномочий заведующих отделами - главным специалистам.

Тем самым человек в состоянии показать, на что он способен, в частично реализовать свои претензии, повысить свой профессиональный горизонт. Не исключаем, что мы, может быть, излишне оптимистичны, но полагаем, что система делегирования должна быть доступна всем сотрудникам библиотеки, так как способствует и профессиональному росту, и повышению самооценки людей.

Больше того, нам кажется, что в силу относительного квалификационного равенства работ, которые выполняют сотрудники библиотеки в пределах одной и той же специализации, уровень профессиональной подготовки нельзя увязывать с должностью. Так, практически достаточно трудно разделить функции и соответственно квалификационные требования заведующего отделом книгохранения, заведующего сектором и главного библиотекаря того же отдела.

Все они (за незначительными отличиями) занимаются одним и тем же - расстановкой фонда, выполнением читательских требований и т.д.; меняется только доля тех или иных функций. Надеемся, что запланированное исследование уровня квалификации сотрудников с учетом международных стандартов подтвердит наши предположения.

Участие персонала в управлении библиотекой проявляется также в деятельности коллегиальных органов - Совета дирекции, Совета молодых специалистов, рабочих групп, создаваемых для решения технологических задач. Основным органом коллегиального управления остается общее собрание сотрудников библиотеки.

## 8. Традиции

Библиотеке университета - более 30 лет. За это время сложились и сохраняются определенные традиции. На протяжении всего этого периода ведется альбом «История библиотеки» - своеобразная летопись основных событий библиотечной жизни. С 1999 г. выходит газета «Библиотечные вести», где, помимо производственных вопросов, освещаются юбилеи и награждения, помещаются стихи и поздравления.

Информированности и сплоченности коллектива способствуют регулярные производственные собрания. Обычно они проводятся в санитарные дни, когда прекращается обслуживание читателей.

Неотъемлемая часть работы с персоналом - система поощрений министерского, краевого, городского, внутриуниверситетского уровней. Это нагрудные знаки, почетные грамоты, присвоение звания «Ветеран Алтайского госуниверситета», благодарственные письма, подарки юбилярам. Отличившиеся сотрудники имеют право на повышенный коэффициент трудового участия.

Формированию корпоративной культуры библиотеки способствуют общественные организации. Активно работает профсоюз, который организует внеслужебное общение сотрудников: совместные праздники, экскурсии и другие мероприятия.

## 9. Разработка фирменного стиля

Фирменный стиль (единая символика, бэйджи, визитки, единое цветовое решение представительской продукции) - неотъемлемая часть внешних атрибутов корпоративной культуры. У нас разработана эмблема библиотеки, бланк, визитные карточки. Готовится новый вариант дизайнерского решения сайта, а также буклет материалов информационно - рекламного назначения.

Начав работу по формированию корпоративной культуры библиотеки, мы в достаточной мере не представляли, сколько трудностей нас ждёт. Мы сделали только первые шаги в этом направлении, но они о многом заставили задуматься, многое переосмыслить и наметить перспективы как в работе с персоналом, так и библиотеки в целом.