Комитет по культуре Санкт-Петербурга

Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского

# Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций — 2017

XII Всероссийская научно-практическая конференция
**«Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов»**

2–3 ноября 2017 года, Санкт-Петербург

Сборник материалов

Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского
Санкт-Петербург
2017

**ББК 78.6+79.1+79.3+78.37**
**И 741**

Редактор-составитель: *И. Е. Прозоров*
Перевод на английский язык, составление: *А. В. Соколова*
Верстка: *С. Б. Ходов*

**Руководители оргкомитета**

**Елена Геннадьевна Ахти,** заместитель директора по развитию

**Марина Николаевна Сухарева,** начальник Управления библиографическими информационными службами

**Елена Викторовна Аврамова,** заведующая сектором Управления библиографическими информационными службами

**Иван Евгеньевич Прозоров,** заведующий сектором Управления библиографическими информационными службами, канд. пед. наук

*Печатается по решению оргкомитета конференции.*

**И 741** **Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций — 2017:** XII Всероссийская научно-практическая конференция «Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов», 2–3 ноября 2017 г., Санкт-Петербург : сборник материалов / ЦГПБ им. В. В. Маяковского ; ред.-сост. И. Е. Прозоров, пер. на англ., сост. А. В. Соколовой. — Санкт-Петербург : ЦГПБ им. В. В. Маяковского, 2017. — 192 с. : ил.

ISBN 978-5-9909108-6-7

**ББК 78.6+79.1+79.3+78.37**

© Авторы, согласно оглавлению, текст, рисунки, таблицы, 2017
© ЦГПБ им. В. В. Маяковского, оформление, 2017

ISBN 978-5-9909108-6-7

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие . . . . . 5

**Организационные аспекты информационной деятельности**

*М. Ю. Нещерет.* Комплексное справочно-библиографическое обслуживание (на примере работы зала библиографических услуг Российской государственной библиотеки) . . . . . 9

*Е. В. Аврамова.* Внутрибиблиотечное обучение и качество информационного обслуживания . . . . . 18

*Д. Ю. Гук.* Теоретические основы управления в применении к музейным проектам . . . . . 27

**Инновационные направления обслуживания**

*Э. Г. Кузнецова.* Корпоративная Служба виртуальной справки: как это работает? . . . . . 39

*И. В. Севостьянова.* Представительства библиотеки им. В. Маяковского (г. Саров Нижегородской области) в виртуальной среде: корпоративные проекты и интерактивное взаимодействие . . . . . 48

*Р. С. Сахаренкова.* Электронный продукт библиотеки: инновационные формы . . . . . 54

*В. Ю. Зоткина.* Инноватика библиотечного флешбука: термины, проекты, перспективы . . . . . 59

*Е. В. Панкова, Л. С. Беркутова.* Презентация книги в библиотеке . . . . . 67

**Информационное обслуживание целевых групп потребителей**

*И. Е. Парамонова.* Научно-техническая библиотека в системе коммуникационных каналов предприятия: «измениться, а не умереть» . . . . . 73

*С. В. Савкина.* Интерактивные мультимедийные продукты в библиотечном обслуживании . . . . . 84
*Н. В. Морозова.* Информационные потребности пользователей в интегрированном доступе к информационным ресурсам институтов памяти по теме «Великая Отечественная война». . . . . 95
*М. В. Ожиганова, О. М. Громова.* Опыт Центральной районной библиотеки им. Н. В. Гоголя в продвижении электронных ресурсов среди пользователей . . . . . 105
*О. О. Семыкина.* Создание собственных электронных ресурсов как инструмента привлечения пользователей . . . . . 111
*М. И. Кий.* Изучение целевой аудитории в виртуальной среде . . . 117

**Социальные сети как инструмент работы с целевой аудиторией**

*Е. А. Яцук.* Социальные сети как средство информационного обслуживания обучающихся вуза (на примере отраслевого отдела по направлению «Юриспруденция» Научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ) . . . . . 125
*А. В. Соколова.* Обслуживание пользователей в Instagram (опыт «Библиотек Петербурга») . . . . . 134
*В. С. Гурьянова, Д. А. Хрущ.* Продвижение мероприятий Музея-заповедника «Сталинградская битва» в социальных сетях (на примере акции «Свет Великой Победы») . . . . . 140

**Электронные ресурсы — источниковая база информационного обслуживания**

*А. В. Глушановский.* Электронные ресурсы для создания указателя «Стартовые точки» Библиотеки по естественным наукам РАН . . . . . 149
*А. Н. Андреева.* Электронные копии справочных изданий: типы и организация справочного сопровождения . . . . . 155
*О. В. Медведева, Ю. В. Панфилова.* Электронные выставки на сайтах архивов . . . . . 161

**Информационный поиск**

*А. А. Снеткова.* Информационный поиск в электронной среде . . . . 169
*Т. Б. Денисова.* Электронные каталоги ведущих библиотек глазами студентов . . . . . 181

Список сокращений и понятий . . . . . 188
Сведения об авторах . . . . . 190

## Предисловие

Двенадцатая конференция по проблематике применения электронных источников информации и технологий в процессе обеспечения целевых групп потребителей необходимым контентом с учетом их интересов собрала достаточно разнообразный материал, призванный показать современный уровень осмысления опыта и проблем профессиональной деятельности библиотек, музеев, архивов и их партнеров.

Содержание сборника сгруппировано по шести тематическим блокам и представляет интерес широтой диапазона рассматриваемых явлений: от теоретических вопросов информационного обслуживания, до обобщения российского, регионального опыта, опыта работы конкретной организации или внедрения конкретного инновационного продукта или формы обслуживания.

В ряде случаев, отнесение той или иной статьи к рубрике носило условный характер: для многих авторов, вне зависимости от темы, важным является изучение поведения потребителей информации для повышения качества информационного обслуживания, для совершенствования предлагаемого информационного продукта. К числу таких «сквозных тем» относится и проблема повышения информационной грамотности пользователей как условие их вовлеченности в процессы потребления информации и пользования всеми видами библиотечных, музейных, архивных услуг. Важной является и проблема профессиональных компетенций специалистов, профессионально

работающих с информацией и ее потребителями, с решением задач проектной деятельности в социокультурной сфере.

В современных условиях меняется понимания задач, которые способны решать библиотеки, музеи, архивы и родственные организации в пространстве социальных сетей. Это уже не способ самовыражения, а реальный инструмент профессиональной деятельности. Профессиональное понимание особенностей применения инструментария социальных сетей в конкретных случаях может варьироваться. Безусловно одно: пространство социальных сетей — среда взаимодействия с целевой аудиторией, канал справочного обслуживания, информирования и инструмент изучения потребителей. Это площадка продвижения, работающая не только на имидж, но и на конкретную практическую задачу привлечения пользовательской аудитории к реальным и виртуальным ресурсам и услугам музеев, архивов, библиотек, центров технической информации, создателей онлайновых полнотекстовых продуктов, сервисов профессионального поиска информации.

Мнение оргкомитета не всегда совпадает с мнением авторов статей. Но, тем интересна конференция, что обеспечивает принцип состязательности идей. Аргументация автора, его профессиональный опыт, фактическая база дают возможность вдумчивому участнику конференции и читателю сборника принять свое решение и определить степень полезности конкретного материала и рациональности авторских утверждений. Если это произойдет, то задачу оргкомитета можно считать выполненной.

Все ссылки в статьях приведены в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008.

# Организационные аспекты информационной деятельности

**М. Ю. Нещерет,**
*вед. науч. сотрудник*
*Российской государственной библиотеки*

## Комплексное справочно-библиографическое обслуживание (на примере работы зала библиографических услуг Российской государственной библиотеки)

Рассматривается модель справочно-библиографического обслуживания на примере работы Зала библиографических услуг Российской государственной библиотеки. Приводятся основные характеристики модели: комплексное обслуживание читателей справочно-библиографическими ресурсами; предоставление расширенного ассортимента информационных и дополнительных услуг, их персонификация. По мнению автора, представленная модель справочно-библиографического обслуживания является перспективной.

**Ключевые слова:** комплексное справочно-библиографическое обслуживание, персонифицированное справочно-библиографическое обслуживание, справочно-библиографические услуги, универсализация справочно-библиографического обслуживания, этика справочно-библиографического обслуживания, информационное обслуживание

**Marina Neshcheret**

## Comprehensive reference services (case of Bibliographic Services of the Russian State Library)

The article deals with the model of reference service of the Bibliographic Services Hall in the Russian State Library. Comprehensive service of readers by reference and bibliographic resources, providing an expanded range of information services are specially noted. According to the author's opinion the presented model of reference and bibliographic service is advanced.

**Key words:** comprehensive reference services, personalized reference services, universalization of reference services, ethics of reference services, information service, the Russian State Library

В настоящее время справочно-библиографические службы (СБС) библиотек осуществляют свою деятельность в условиях стремительно развивающегося рынка информационных продуктов и услуг. Современные пользователи, помимо библиотечных ресурсов, активно используют альтернативные источники информации, в том числе ресурсы Интернета — необъятного хранилища данных по всем отраслям знания. По недавним подсчетам, «мировая паутина» содержит 4,49 млрд веб-страниц без учета «глубинного» контента. [1] Обострение конкуренции, возникновение эффекта дефицита пользователей и одновременный рост их ожиданий ставит библиотеки перед необходимостью искать новые подходы к справочно-библиографическому обслуживанию (СБО). Они могут выражаться в усилении технической базы, расширении спектра предоставляемых информационных услуг и в проведении структурно-функциональных преобразований.

Очевидно, оптимальная модель СБО должна обеспечивать синтез режимов и форм работы с информацией, совокупность условий для интеллектуальных коммуникаций, самовыражения личности, неограниченного доступа читателей к знаниям [2, с. 32].

Она строится на принципах универсальности, оперативности и высокого качества обслуживания, а также на основе персонифицированного подхода к удовлетворению информационных потребностей пользователей. Рациональная организация СБО предполагает централизацию информационных и дополнительных услуг и ресурсов в рамках единой службы.

Комплексное СБО читателей в РГБ осуществляется с января 2014 г. на базе Зала библиографических услуг (ЗБУ).

Сочетание консультационного СБО и свободного доступа к наиболее востребованным БД и печатным источникам библиографической информации обеспечивает читателям информационный комфорт, позволяет эффективно использовать время в Библиотеке. При работе с БД, читатели, как правило, имеют возможность переходить от библиографической записи к полному тексту документа, что соответствует логике комплексного обслуживания. Наибольшей популярностью у читателей Библиотеки пользуются такие ресурсы как East View (издания по общественным и гуманитарным наукам), научные электронные библиотеки eLibrary и «КиберЛенинка», Интегрум (центральная и региональная пресса России), реферативная БД Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ), БД Института научной информации по общественным наукам (ИНИОН), Web of Science Core Collection (мультидисциплинарные БД цитирования) и др.

Организация ЗБУ положительно сказалась как на посещаемости и количестве выполненных справок, так и на качестве обслуживания. Принесли свои плоды и меры по популяризации электронной ресурсной составляющей СБО, переориентировав пользователей на предпочтительное использование БД онлайн. Комплексный подход к организации обслуживания стал стимулом для повышения квалификации библиографов и освоения ими смежных процессов библиотечно-информационной деятельности.

В ЗБУ читателям предоставляется стандартный набор библиографических услуг, преимущественно консультационного

характера. Как правило, они не требуют значительных затрат времени и выполняются в оперативном режиме (15–20 мин.):

- *адресные справки* — установление наличия документа по электронному каталогу (ЭК) и ГАК РГБ, а также по сводным каталогам и ЭК крупных универсальных и специализированных библиотек (РНБ, ГПИБ, ИНИОН, ГПНТБ и др.);
- *уточняющие справки* — уточнение или нахождение недостающих элементов библиографического описания;
- *фактографические справки* — поиск справочных сведений об организациях, персонах, событиях (с использованием источников, сосредоточенных в ЗБУ);
- *поиск законодательных документов* (при наличии их идентификационных признаков) в справочно-правовых системах.

В сферу СБО, в дополнение к традиционным для данного вида обслуживания услугам, включены новые виды консультаций, востребованные пользователями, а именно:

- *ориентирующие* — о режиме, порядке и условиях библиотечно-информационного обслуживания; об услугах и ресурсах; о направлениях деятельности и функциях структурных подразделений библиотеки; о проводимых в библиотеке мероприятиях;
- *вспомогательно-технические* — по использованию оборудования и аппаратно-программных средств для осуществления электронного заказа, просмотра электронных документов, сохранения и переноса информации на автономные носители и т.д.

В ЗБУ библиографы оказывают читателям библиографическую помощь в поиске местонахождения документов, уточнении их библиографических данных, а также в подборе документов по теме. Здесь же можно получить консультацию по работе с информационными ресурсами, оформлению библиографического списка к научным и учебным работам.

Читателям предлагаются сопровождение библиографического поиска по БД; помощь в поиске электронных версий

печатных публикаций, законов и иных нормативных актов; адресных и справочных сведений об учреждениях, организациях, персонах, событиях, фактах; предоставление автоматизированных рабочих мест для работы с электронными ресурсами.

По желанию, читатели ЗБУ могут воспользоваться дополнительными услугами, включающими сохранение результатов библиографического поиска на автономном носителе информации или отправку на электронный адрес читателя; копирование и распечатка документов.

Часть библиографических услуг, носящих эксклюзивный характер, выполняется на платной основе. Прежде всего, к таким услугам относятся подготовка тематических справок и редактирование библиографических списков к научным работам (оформление библиографических описаний и ссылок в соответствии с действующими стандартами). Запрос оформляется на специальном бланке, где читателем указываются желаемые поисковые критерии.

Со временем, возможно, список услуг пополнится, и читатель сможет:

- предварительно записаться на встречу со специалистом-библиографом для получения индивидуальной библиографической помощи и (при желании) дальнейшего информационного сопровождения научной или учебной работы; при необходимости, библиограф может быть приглашен в ЗБУ из специализированного отдела РГБ;
- оставить заявку на текущее информирование по системе избирательного распространения информации; отбор информации по запросу пользователя будет производиться в автоматизированном режиме, при помощи специализированного программного обеспечения;
- получить методические материалы по работе с информационными ресурсами, оформлению научных и учебных работ, библиографических списков и др.

Для предоставления перечисленных выше услуг необходимо иметь соответствующую материальную базу. С этой целью

возможна организация взаимодействия с научными подразделениями, сотрудники которых могли бы создавать актуальные методические материалы для пользователей. Распечатка материалов должна происходить «по требованию», т.е. только тогда, когда поступает запрос от потребителя данной продукции.

Повышение комфортности обслуживания может быть достигнуто и за счет предоставления читателям дополнительных услуг, не относящихся к сфере СБО, но реализация которых в стенах библиотеки вполне уместна и отвечает потребностям пользователей. Например, читателям, помимо копирования и сканирования, могут быть предложены ламинирование, термоброшюрование, обработки графических файлов, набор, оформление и форматирование текстов, создание презентаций и слайд-шоу и др.

Один из принципов работы ЗБУ — ориентация на индивидуальные информационные потребности пользователя с целью максимально полного их удовлетворения.

Каждый читатель оценивается как уникальная единица и обслуживается соответственно этому постулату. Персонализация СБО подразумевает, что предложение услуг должно строиться на основе предпочтений пользователя, с учетом его образовательного статуса, уровня владения компьютерной техникой, поисковых навыков, коммуникабельности, возрастных, национальных и прочих особенностей — при одновременной недопустимости ограничения прав пользователя на свободный доступ к информационным ресурсам, программам и средствам обслуживания.

Современная реальность вырабатывает у библиографов новые умения и навыки, способы мышления и поведения. Использование информационных технологий и компьютерных программ; работа в режиме онлайн; необходимость, помимо поиска информации, осуществлять ее отбор и аналитическую обработку предполагают постоянное расширение круга профессиональных знаний. Универсализация и персонализация обслуживания, творческий подход к своему делу, искреннее стремление помочь читателям в поиске информации дают положительные результаты.

В обслуживании читателей реализуются общие и профессиональные знания, навыки и умения, личностные качества сотрудников СБС. От них требуется не только владение своим мастерством, но и соблюдение норм профессиональной этики. Представление о поведении библиографов, занятых СБО читателей, в частности, дают рекомендации, изданные американской Ассоциацией справочных служб и отделов обслуживания пользователей в 1996 г. и пересмотренные в 2013 г. [3]. Они были положительно оценены профессиональным сообществом. В соответствии с данными рекомендациями сотрудник СБС:

- прекращает любые занятия, когда к нему подходит читатель, и концентрирует все свое внимание на информационной потребности пользователя; чтобы начать разговор, демонстрирует читателю свою благожелательность с помощью дружеского приветствия и улыбки;
- дает читателю возможность выразить информационную потребность своими словами; ненавязчиво, в вежливой форме выясняет цели и задачи предстоящего поиска; «переводит» запрос читателя на профессиональный язык и уточняет правильность формулировки;
- в беседе использует открытые вопросы, поощряя читателя к развернутым ответам, чтобы получить дополнительную информацию; использует закрытые вопросы для уточнения поискового запроса; выясняет, к каким источникам читатель уже обращался;
- формирует компетентную стратегию поиска; выявляет источники, которые с наибольшей вероятностью содержат информацию, отвечающую запросу читателя; поясняет стратегию поиска читателю;
- осуществляет поиск при активном взаимодействии с читателем, участие которого в поиске помогает объективно оценить его промежуточные результаты, внести коррективы в поисковый план;
- обсуждает с читателем необходимость сужения или расширения темы, если предварительный поиск дал слишком много или слишком мало информации;

- поясняет читателю методику поиска; аргументирует выбор источников; объясняет читателю, как использовать те или иные источники информации; если читатель предпочитает вести поиск самостоятельно, сопровождает его поиск (по крайней мере, на начальных этапах);
- консультируется с коллегами — специалистами в конкретной области знания, если необходима дополнительная экспертиза по теме поиска; приглашает посетителя на индивидуальный прием для беседы с консультантом — специалистом для продолжения исследования темы;
- интересуется, удовлетворен ли читатель результатами поиска, были ли даны исчерпывающие ответы на все вопросы; в случае неудовлетворенности читателя результатами поиска, предлагает читателю осуществить еще одну поисковую попытку или рекомендует дополнительные информационные ресурсы, фонды специализированных библиотек».

В России действует «Кодекс этики российского библиотекаря» (принят на XVI конференции Российской библиотечной ассоциации в 2011 г.), определяющий профессиональное поведение сотрудника библиотеки в отношениях с пользователем [4].

С сожалением вынуждена отметить, что проект «Регламента оказания услуги «Библиотечное, библиографическое и информационное обслуживание пользователей библиотеки»» [5], который является отечественным аналогом приведенного выше документа, носит преимущественно процедурный характер и не содержит этических норм.

Прогнозируя перспективы развития СБО в форме устной справки, можно предположить, что, благодаря наращиванию мощности ресурсной базы обслуживания, существенно вырастет качество и оперативность выполнения справок; расширится диапазон предоставляемых информационных услуг комплексного характера; продолжится процесс персонализации услуг; повысится уровень профессиональной дисциплины сотрудников.

**Примечания:**

1. The size of the World Wide Web [Electronic resource] / developer Maurice de Kunder. URL: http://www.worldwidewebsize.com (Date of access: 02.06.2017).
2. Каныгин Ю. М., Калитич Г. И. Когнитивная (тонкоструктурная) социология и социальная информатика. Киев : УкрНИИНТИ, 1991. 28,[3] с.
3. Guidelines for Behavioral Performance of Reference and Information Service Providers [Electronic Resource]: Approved by RUSA Board, May 28, 2013 / revised by the RSS Management of Reference Committee ; William H. Weare, Jr. (chair) and others // The Reference and User Services Association. URL: http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/guidelinesbehavioral. (дата обращения: 11.06.2017).
4. Кодекс этики российского библиотекаря // Информ. бюл. РБА. Санкт-Петербург, 2011. № 60. С. 19–20.
5. Проект Приказа Министерства культуры РФ «Об утверждении Регламента оказания услуги «Библиотечное, библиографическое и информационное обслуживание пользователей библиотеки»» [Электронный ресурс] : (подготовлен Минкультуры России 17.06.2016) // Гарант.ру : информ.-правовой портал. URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56571218. (дата обращения: 09.06.2017).

**Е. В. Аврамова,**
*зав. сектором, ЦГПБ им. В. В. Маяковского*

## Внутрибиблиотечное обучение и качество информационного обслуживания

Основные направления внутрибиблиотечного обучения специалистов публичных библиотек для обеспечения качества информационного и библиографического обслуживания как сквозной библиотечной технологии в библиотеках Санкт-Петербурга.

**Ключевые слова:** информационное обслуживание, библиографическое обслуживание, публичные библиотеки, Санкт-Петербург, Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского, корпоративные проекты библиотек, управление качеством, обучение персонала, библиотекари, библиографы

**Elena Avramova**

## Corporate training and quality of information service

The main directions of corporate training for public library specialists to ensure the quality of information and bibliographic service. Case of Saint Petersburg Public Libraries Corporate Network.

**Key words:** information service, bibliographic service, public libraries, Saint Petersburg, Central City Public Library named after V. Mayakovsky, corporate library projects, quality management, staff training, librarians, bibliographers

Современное общество предъявляет высокие требования к библиотекам, чья миссия связана с распространением информации и знаний. Мысль о том, что читатель может получить нужную информацию в любом отделе обслуживания, не нова. Если раньше считалось, что информационное обслуживание являлось прерогативой библиографов, то теперь модель информационного обслуживания как сквозного процесса библиотечной деятельности достаточно широко представлена в литературе как учебной, так и научной, практической.

Еще одной причиной, по которой, информационное обслуживание становится сквозным процессом, является изменение задач деятельности библиотек: если раньше акцент ставился на формирование, организацию и использование библиотечных фондов, то теперь более востребованной задачей является организация доступа к информации. Библиотекари вынуждены работать с огромными объемами информации и должны владеть навыками работы с современными носителями информации, методами поиска по различным источникам, включая международные базы данных. [1]

Говоря об изменениях условий предоставления традиционных библиотечных услуг, необходимо отметить, что эти изменения обусловлены требованиями пользователей. Эти требования очень динамичны и касаются таких факторов предоставления услуги, как: место, время, режим обслуживания, наличие дополнительных услуг, соответствие уровню современных информационных технологий и т. д. Если говорить об информационном обслуживании, то современному читателю важно «получать необходимую информацию в том месте, в то время и в том виде, которое удобно ему». [2] Эта установка соответствует утвердившейся в информационном обслуживании методологии сервисного подхода, который рассматривает информационное обслуживание как деятельность по удовлетворению информационных потребностей конечных пользователей посредством информационных продуктов и услуг (не обязательно в рамках библиотеки, информационного центра). В оценке качества информационного обслуживания произошла

переориентация с количественных показателей на оценку, данную самим пользователем. [3] Сервисный подход к информационному обслуживанию в библиотеке обозначает, что читатель в стенах библиотеки имеет право получить квалифицированную консультационную помощь, качественное информационно-библиографическое обслуживание в любом подразделении, в которое он обратился.

Среди причин того, что в информационное обслуживание вовлечены многие отделы библиотеки, можно назвать и участие библиотек в специфических корпоративных проектах, и необходимость оптимизации работы по информационному обслуживанию. Все это также требует координации и кооперации работы как внутри библиотеки, так и между библиотеками. Проиллюстрировать это можно несколькими примерами. Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского (ЦГПБ им. В. В. Маяковского, Санкт-Петербург) является руководителем нескольких корпоративных проектов, в которых участвуют публичные библиотеки Санкт-Петербурга в рамках Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга (КСОБ СПб): Служба виртуальной справки, Электронная библиотека, «Внешние базы данных». Во всех этих проектах участвуют сотрудники разных отделов библиотек, не только библиографы, но и сотрудники отделов обслуживания. Для того, чтобы пользователь библиотеки получал качественные услуги, выполненные по единым правилам, ЦГПБ им. В. В. Маяковского проводит занятия для операторов этих проектов.

Все отделы обслуживания являются потенциальными точками предоставления информационно-библиографических услуг. Эта идея нашла отражение как в литературе [4], так и в практической деятельности. ЦГПБ им. В. В. Маяковского является разработчиком корпоративного «Стандарта информационно-библиографического обслуживания» (внедрен в КСОБ СПб с 2012 г.), одним из основных положений которого является утверждение сквозного характера информационно-библиографического обслуживания: это сквозной технологический процесс публичной библиотеки, реализуемый во всех пользова-

тельских зонах реального и виртуального библиотечного пространства. [5] Соответственно, все сотрудники отделов обслуживания должны обладать навыками поиска, работы с ресурсами, применения технологии справочно-библиографического обслуживания и консультирования, статистического учета информационно-библиографического обслуживания. Подобные задачи, стоящие перед публичной библиотекой, может решить только организованная система повышения квалификации.

Система повышения квалификации является одним из элементов непрерывного профессионального образования. В условиях публичных библиотек, в частности, в деятельности ЦГПБ им. В. В. Маяковского, она реализуется как внутрибиблиотечное обучение сотрудников, ориентированное на два «объекта»: сотрудников библиотеки и сотрудников других библиотек-участниц КСОБ СПб.

В ЦГПБ им. В. В. Маяковского практикуются следующие формы внутрибиблиотечного обучения, ориентированные на собственных сотрудников:

- производственная учеба (ежемесячно для всех сотрудников библиотеки);
- специализированные курсы:
  - а) школа начинающего библиотекаря;
  - б) школа библиотечного обслуживания;
  - в) школа новых информационных технологий;
  - г) школа менеджера.

Учебные занятия проводятся в различных формах: лекции, консультации, семинары, практические занятия, семинары по обмену опытом, обзоры, выездные занятия, стажировки, тематические экскурсии, тренинги.

Корпоративная деятельность публичных библиотек позволяет повысить эффективность деятельности библиотек как по отдельным направлениям работы (например, информационно-библиографическое обслуживание пользователей), так и эффективность использования бюджетных средств. Корпоративная деятельность строится на основе

сетевого взаимодействия [6], которое опирается на следующие принципы:

- совместная деятельность участников сети;
- общее информационное пространство;
- механизмы, создающие условия для сетевого взаимодействия.

В условиях корпоративного взаимодействия публичных библиотек действуют не только «вертикальные» связи (хотя роль головного центра корпорации очень важна), но и «горизонтальные» между участниками корпорации. Соответственно, важны партнерство, сотрудничество, которые лежат в основе кооперации. Таким образом, инновационный опыт быстрее передается в рамках корпорации, особенно, при организованной системе повышения квалификации.

Корпоративное сотрудничество позволяет публичным библиотекам повышать эффективность обслуживания пользователей путем расширения ресурсной базы, расширения ассортимента услуг путем реализации корпоративных проектов. Но, положительный эффект может быть достигнут только при соблюдении единых стандартов создания ресурсов и выполнения услуг. Одним из инструментов, который позволяет публичным библиотекам обеспечить единое качество выполнения услуг является корпоративное обучение. Под корпоративным обучением понимается повышение квалификации специалистов публичных библиотек, участников КСОБ СПб. Обучение специалистов, в первую очередь, направлено на обеспечение качества ресурсов и услуг, предоставляемых библиотеками КСОБ СПб. Обучение осуществляется как для сотрудников-операторов корпоративных проектов («Службы виртуальной справки КСОБ СПб», «Электронной доставки документов», «Внешних баз данных», «Корпоративной аналитической библиографической базы данных (КАББД)), так и для остальных специалистов библиотек. Обучение проводится в различных форматах: программа повышения квалификации «Школа КСОБ СПб», обучение операторов корпоративных проектов, ежемесячные семинары для специалистов (для библиографов, для

заведующих отделами обслуживания, для сотрудников отделов автоматизации и т.д.). Необходимость корпоративного обучения обусловлена следующими факторами:

- все услуги, предоставляемые библиотеками КСОБ СПб должны выполняться по единым стандартам, их соблюдение основано на единой технологии работы, что, в свою очередь, возможно только при наличии системы повышения квалификации;
- в реализации многих услуг КСОБ СПб задействованы специалисты разных подразделений, что требует дополнительного обучения. Так, например, в работе Службы виртуальной справки задействованы не только библиографы, но и сотрудники других отделов. В проекте «Внешние базы данных» (корпоративный проект по предоставлению пользователям доступа к лицензионным электронным ресурсам и качественном консультационном сопровождении) операторами чаще всего являются библиографы публичных библиотек. Но, работой по продвижению и использованию ресурсов занимаются сотрудники отделов обслуживания, которые являются слушателями курсов по повышению квалификации.

Как было сказано, под корпоративным обучением понимается повышение квалификации специалистов библиотек-участниц Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга. Под внутрибиблиотечным обучением сотрудников понимается специально организованный силами самой организации процесс, отвечающий ее потребностям. Внутренняя система повышения квалификации, ориентированная на два «объекта» (сотрудников библиотеки и сотрудников других библиотек КСОБ СПб), может быть представлена двухконтурной моделью (Рис. 1), обоснование которой проведено в рамках диссертационного исследования автора.

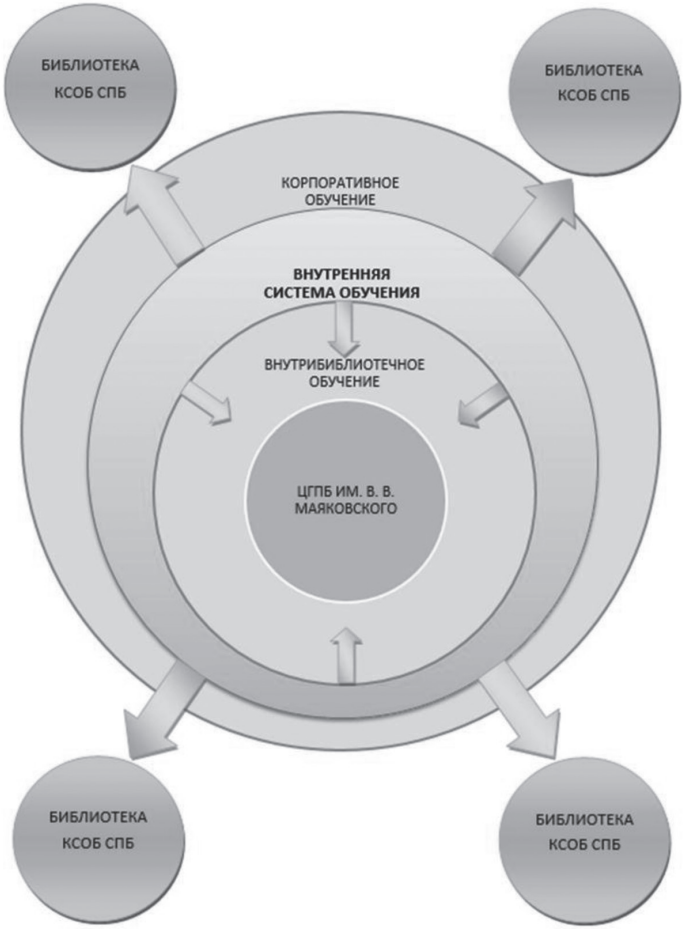



*Рис. 1. Схема двухконтурной модели внутрибиблиотечного обучения [7].*

Наличие внутрибиблиотечной системы обучения дает библиотеке ряд преимуществ. Образовательные программы решают задачи конкретной организации, учитывают потребности конкретной библиотеки; регулярность и последовательность проведения образовательных мероприятий даст устойчивый

и долгосрочный рост знаний и навыков; знания и навыки внедряются системно, становятся «воспроизводимой нормой»; приобретенные навыки могут сразу применяться сотрудниками в практической деятельности; библиотека получает дополнительный опыт в области разработки и внедрения систем обучения, а также дополнительный управленческий ресурс (появляется новый инструмент контроля и управления). В ходе реализации образовательных программ происходит постоянный обмен опытом как между сотрудниками, так и между организациями. Повышение квалификации может быть дополнительной мотивацией для специалистов (как для обучаемых, так и «преподавателей»); закрепляются правила корпоративной культуры и внутренние стандарты работы; передаются скрытые знания; реализуется преемственность в передаче знаний, правил корпоративной культуры; происходит рациональное использование ресурсов. [8]

Кадры являются одним из важнейших ресурсов библиотеки, поэтому современный библиотечный специалист должен быть готов быстро адаптироваться к изменяющимся профессиональным требованиям, решать разнообразные новые задачи.

**Примечания:**

1. Пушкова С. В. Современные тенденции в непрерывном профессиональном образовании библиотекарей за рубежом // Управление современной библиотекой / ВГБИЛ им. М. И. Рудомино. Москва, 1999. С. 48–66.
2. Брежнева В. В. Информационное обслуживание : концепция сервисного развития. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУКИ, 2006. С. 66.
3. Брежнева В. В., Гиляревский Р. С. От информационного обслуживания к информационному менеджменту // Научно-техническая информация. Сер. 1. 2015. № 5. С. С. 7.
4. Абросимова Н. В. Библиографическая деятельность библиотеки. Санкт-Петербург, 2013. 160 с. ; Коготков Д. Я. Библиографическая деятельность библиотеки. Санкт-Петербург, 2003. 304 с.

5. Актуальные вопросы информационно-библиографической работы публичных библиотек : производственно-практическое пособие / ЦГПБ им. В. В. Маяковского. Санкт-Петербург, 2014. С. 138.
6. Рытов А. И. Сетевая модель повышения квалификации // Народное образование. 2013. № 1. С. 128.
7. Аврамова Е. В. Публичная библиотека в системе непрерывного библиотечно-информационного образования : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / СПбГИК. Санкт-Петербург, 2017. — С. 259. URL: http://www.spbgik.ru/upload/file/nauka/dis/kand/2017/Avramova/avramova_diss.pdf
8. Попова И. А., Ибраиева В. С. Самоподдерживающаяся система обучения и развития сотрудников : как, снижая издержки, повысить качество обучения и развития персонала // Управление человеческим потенциалом. 2009. № 4 (20). С. 272–273.

**Д. Ю. Гук,**
*ст. науч. сотрудник Государственного Эрмитажа,*
*член Президиума НП «АДИТ»*

## Теоретические основы управления в применении к музейным проектам

На основе опыта оформления и исполнения работ по грантам с участием учреждений культуры в научных проектах автор определяет место основных маркетинговых методик в текущей работе сотрудника музея. Эти методики разработки стратегии и планирования необходимы всем, кто подаёт заявки в благотворительные фонды, участвует в составлении технических заданий на разработку автоматизированных систем.

**Ключевые слова:** музеи, планирование, маркетинговые стратегии, научное сотрудничество, гранты, информационные системы

**Daria Hookk**

## Theoretical bases for museum project management

The article deals with the main marketing techniques in the current work of the museum employee. These methods of developing strategy and planning are necessary for everyone who submits applications to charitable foundations and participates in drafting technical tasks for the development of automated systems.

**Key words:** museums, planning, marketing strategies, scientific cooperation, grants, information systems

## Введение

Появление данной статьи спровоцировано некоторыми наблюдениями, сделанными во время оформления и исполнения работ по грантам с участием учреждений культуры в научных проектах. Автор статьи не претендует на обзор методик планирования производственных процессов за истекшее столетие, а лишь делает попытку осмыслить место основных общеизвестных маркетинговых стратегий в текущей работе сотрудника музея. Эти методы разработки стратегии и планирования могут пригодиться всем, кто подаёт заявки в благотворительные организации и фонды, а также участвует в составлении технических заданий на разработку автоматизированных систем.

## Актуальные маркетинговые стратегии и методики планирования

В 2015 г. Некоммерческое партнёрство «АДИТ» предприняло попытку стать партнёром проекта, принявшего участие в конкурсе 8-й рамочной программы Европейской Комиссии. Программа поддержки научных исследований «Горизонты 2020» предполагает участие в ней не только членов Евросоюза, но и других государств при условии со-финансирования проекта из местных источников. [1] Российская сторона имеет соглашение с Еврокомиссией, подразумевающее приоритетное финансирование проектов российских участников, если есть подтверждение о поддержке проекта программой «Горизонты 2020». Для этого нужно было не только зарегистрироваться в системе «Горизонтов» на сайте Еврокомиссии, заполнить и отослать документы, получить подтверждение и регистрационный номер участника, требовалась ещё очень большая работа по составлению плана проекта, оформлению заявки и заполнению многочисленных форм. Можно смело заявить, что подача заявок в российские научные и благотворительные фонды, поддерживающие проекты в сфере культуры — просто детская забава по сравнению с заявкой на «Горизонты», которая представляла в конечном варианте 50-страничный труд. В частности, стало

понятно, что никакой отечественный музей не может самостоятельно принимать участие в программе «Горизонты», в первую очередь, по техническим причинам: наша бюрократическая система не способна оперативно заполнять формы на английском языке, корректировать данные в режиме онлайн и подписывать документы, принятые в Евросоюзе, не дожидаясь проверки их своими юристами, не читающими по-английски. Мы сделали всё, от нас зависящее, чтобы любой из членов АДИТ мог воспользоваться в перспективе регистрационным номером этой организации в системе Еврокомиссии, но тут вступили в силу санкции, и в научном партнёрстве было отказано до разрешения политических конфликтов.

Это был бесценный опыт несмотря на то, что заявка не была поддержана. В частности, для обоснования проекта предлагалось использовать SWOT-анализ, PERT-методику планирования и контроля работ по проекту, а также проектные диаграммы Гантта, показывающие распределение работ между участниками и возможные риски.

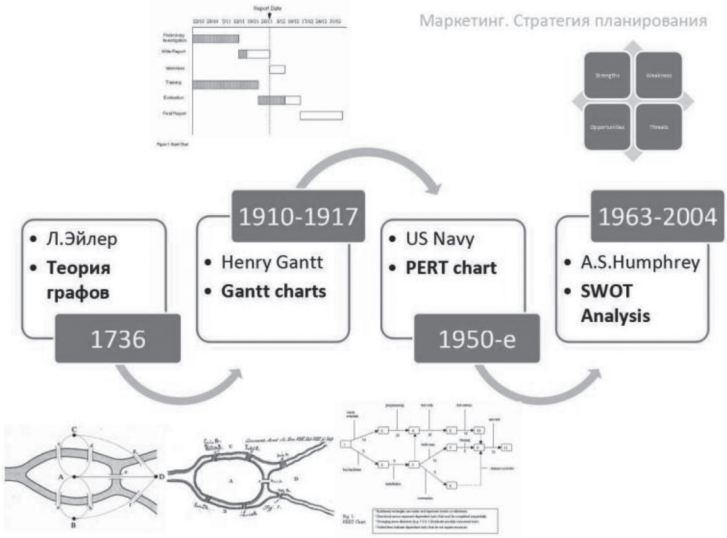



*Рис. 1. Основные методики планирования в хронологической последовательности.*

Расположим названные методики планирования в хронологическом порядке (Рис. 1). Методика PERT для анализа проектов — разработка Вооружённых сил США, диаграммы Ганта появились сто лет назад, а основы теории управления были заложены в Санкт-Петербурге, в Академии наук Российской империи математиком Леонардом Эйлером, решившим задачу о 7 мостах Кёнигсберга (с 1905 г. мостов в Кёнигсберге стало 8, и поэтому можно, выйдя из одной точки, пройти по каждому мосту только один раз и вернуться в неё же). Так появилась теория графов, которая и лежит в основе всех методик стратегического планирования. SWOT-анализ появился позже остальных исключительно как маркетинговая технология Гарвардской школы экономистов.

**Метаморфозы SWOT-анализа**

Согласно версии самого разработчика [2], в исходном варианте название методики было SOFT. И следует отдать дань уважения именно этому варианту, потому что он отражал динамику перехода из настоящего в будущее, то есть развитие. То есть при системном анализе, исходя из текущего состояния и возможных мер для его улучшения, изыскивался внутренний потенциал для развития. Современная интерпретация ситуации намного жёстче, внутренний потенциал заменён на воздействие внешних факторов. Таким образом, прекрасная эстетика английского экономиста через 40 лет оказалась задавлена силовым регулированием, хотя все ставят ссылку на его работы. Перед своей смертью, в 2004 г. он пишет короткую статью, в которой обращает на этот факт внимание. [2, С. 7]

Многочисленные примеры из сети Интернет, которые можно получить простым запросом по использованию SWOT-анализа, показывают, что вместо факторов, влияющих на стратегическое планирование указываются комплексные проблемы и пожелания (например, «отток населения в крупные города» — «обеспечить туристическую привлекательность»).

**Проектные диаграммы Гантта**

Диаграммы Генри Гантта [3] были предложены в 1910 г. Горизонтальная ось называется осью времени, а вертикальная ось — это перечень задач, которые необходимо выполнить в рамках проекта. Диаграмма включает набор полос на графике, которые располагаются вдоль временной оси. Конец каждой полосы — это время окончания старой задачи и начало новой. Длина каждой полосы указывает на продолжительность срока, во время которого выполняется конкретная задача. Их вид был усовершенствован за время планирования производства в Америке во время первой мировой войны. За столетие их вид практически не претерпел изменений, и они используются для наглядного представления последовательности осуществления этапов проекта и планирования своевременного обеспечения необходимыми ресурсами (людскими, техническими, сырьевыми).

**PERT-методика планирования и контроля работ по проекту**

PERT-методика планирования и контроля работ по проекту основана на теории графов. В теории управления она используется для решения задач логистики, так называемой «транспортной задачи». Подробно останавливаться не буду, поскольку это не соответствует задачам данной статьи, но любой инженер знает, что решения транспортной задачи нет, есть только оптимизация графа, или графика выполнения работ. [4]

**Конфликт маркетинговых стратегий и единой системы конструкторской документации (ЕСКД)**

Многие современные музейные проекты включают в себя применение автоматизированных систем. Для того, чтобы контролировать степень соответствия разработки её функциональному назначению применяется стандартизация, которая отражения в единой системе конструкторской документации. Техническая документация, соответствующая ГОСТам серий

19 и 34 (например, в качестве приложения к договору на создание программы или автоматизированной системы), фиксирует взаимные обязательства участников разработки. [5–8] В частности, согласно ГОСТ 34.601–90 «Автоматизированные системы. Стадии создания» выделяют следующие основные стадии создания и этапы разработки автоматизированной системы (АС):

1. Формирование требований к АС;
2. Разработка концепции АС;
3. Техническое задание;
4. Эскизный проект;
5. Технический проект;
6. Рабочая документация;
7. Ввод в действие;
8. Сопровождение АС.

Очевидно, что п. 3, 4 и 8 в принципе игнорируются в рекомендациях для «проектантов», составленных «херитологами». [9] При этом в концепции проектов обычно не учитываются соответствующие рекомендации хотя бы европейского уровня [10], а предлагается руководствоваться тезисом, что «так ещё никто не делал». Как следствие, акцент делается на презентацию проекта и отчёты за потраченные финансовые средства. Стадия эксплуатации и оценка эффективности не предусматриваются, хотя они должны быть обязательно и предусматриваются в проектах, связанных с электронными ресурсами учреждений культуры. [11, С. 71] Игнорируются и действующие стандарты на составление технического задания [8], хотя именно техническое задание должно, по сути, отражать все требования к проектируемому продукту, выделенные на этапе аналитического исследования объекта автоматизации. Стандартизация эксплуатационной документации позволяет не описывать в договоре или в техническом задании подробные требования к эксплуатационной документации, а сослаться на соответствующие стандарты или их разделы. Разработчикам выгодно считать стандарты «устаревшими», в то время как они учитывают

основные группы требований к разрабатываемой системе, алгоритм взаимодействия заказчика и исполнителя, а также регламентируют оформление сопроводительной документации на всех стадиях разработки.

Допустим, разрабатывается информационный ресурс для учреждения, представляющий собой комплексную мультиязычную систему открытого доступа через Интернет с возможностью сортировки данных, с перекрёстными ссылками между информационными объектами, с выходом на панорамные изображения экспозиционных площадей, на Яндекс.карты, а также гиперссылками на внешние ресурсы. Финансирования для проекта нет никакого, поэтому пользуемся услугами добровольных помощников в лице студентов на дипломном проектировании, чтобы создать эскизный проект, который в дальнейшем подтвердит реалистичность замыслов инициаторов. С точки зрения системного подхода полагается расписать все составные части системы, что входит в информационное обеспечение, что в лингвистическое, что на входе (поисковые запросы), а что на выходе системы (прекрасное слово — выдача). С чего начинают будущие дипломированные специалисты-бакалавры? С дизайна! Они подробно расспрашивают, что именно заказчик хочет видеть в окне браузера. Для эскиза в графическом редакторе они запрашивают примеры данных в виде текстового файла и компонуют их по эстетическим принципам. Дальше выясняется, что программированием этого шедевра должен заниматься кто-то другой, а разработкой системы управления информационным обеспечением некто третий, с которого и нужно было бы начать, потому что вводить данные нужно в таблицы на сервере, а запрашивать данные с сервера путём запросов к нему, и если что-то не срабатывает, то возвращаемся в исходную точку, записывая все наши договорённости в лист согласований по проекту. Дизайнер будет востребован только тогда, когда мы определимся, что и как мы можем вывести посредством совмещения технологий и стандартных интерфейсов. Помним при этом, что веб-программирование требует не только доступа в Интернет, но и работоспособности внешних серверов, то есть

не всё зависит только от вас, Windows 10 не допускает разработки локальных версий сайтов для отладки на вашем собственном компьютере. Время уходит, руки по привычке тянутся к бумажной картотеке...

Современные компьютерные технологии множат различные решения одних и тех же задач и даже делают доступными широкой аудитории полезные знания, и это не только расчёт синусов и косинусов онлайн без таблиц Брадиса или поиск корней квадратного уравнения. Можно совершенно бесплатно скачать шаблоны для составления требований к программному обеспечению, инструкции по выживанию при дефиците квалифицированных специалистов и критерии для тестирования мобильных приложений. Прежде чем экспериментировать, не стесняйтесь рисовать на бумаге, песке, доске эскизы своих проектов и коллективно искать теоретическое решение задачи. И самое главное: для осуществления задуманного вам нужны не приятные собеседники, а специалисты-практики, они сэкономят затраты и сделают проект успешным.

**Примечания:**

1. Horizon 2020 the EU Framework Programme for Research and Innovation [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/what-horizon-2020 (дата обращения: 01.09.2017).
2. Humphrey A. S. SWOT Analysis for Management Consulting. SRI Alumni Association Newsletter, 2005. P. 7–8.
3. Clark W., Gantt H. The Gantt chart, a working tool of management. New York : Ronald Press, 1922.
4. Финансовый рынок [Электронный ресурс] : расчёт и риск. 1994. URL: http://pervozvanski.com/bibliography/id/12 (дата обращения: 01.09.2017).
5. ГОСТ 34.602–89. Техническое задание на создание автоматизированной системы.
6. ГОСТ 19.201–78. Техническое задание. Требования к содержанию и оформлению.
7. ГОСТ 19.102–77. Стадии разработки, этапы и содержание работ.

8. ГОСТ 34.601–90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания.
9. Рабочая тетрадь проектировщика [Электронный ресурс] / Томский областной краеведческий музей им. М. Б. Шатилова. 2017. URL: http://tomskmuseum.ru/bibl/brtp/ (дата обращения: 01.09.2017).
10. Handbook for Creative Cultural Heritage Cooperation Project / eds. G. Geser, V. H. Prähauser, A. Strasser. Salzburg : Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b. H., 2014.
11. Методические рекомендации по созданию и эксплуатации сайтов и порталов учреждений культуры музейного типа [Электронный ресурс] / В. В. Определёнов, Ю. В. Бузина, М. В. Угольников, Т. Ю. Алейников, Ф. Е. Жерновой. Москва, 2017. URL: http://e-books.arts-museum.ru/site_method (дата обращения: 01.09.2017).

# Инновационные направления обслуживания

**Э. Г. Кузнецова,**
*зав. сектором, ЦГПБ им. В. В. Маяковского*

## Корпоративная Служба виртуальной справки: как это работает?

Рассматриваются особенности работы виртуальной справочной службы как корпоративного проекта. На примере развития Службы виртуальной справки Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга.

**Ключевые слова:** виртуальная справка, корпоративные проекты, Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского, Корпоративная сеть общедоступных библиотек Санкт-Петербурга, информационное обслуживание

**Ella Kuznetsova**

## Corporate Virtual Reference Services. How does it work?

Key features of the virtual reference services as a corporate project. Case of Saint Petersburg Public Libraries Corporate Network.

**Key words:** virtual reference service, corporate projects, Central City Public Library named after V. V. Mayakovsky, Saint Petersburg Public Libraries Corporate Network

В сентябре 2017 г. исполнилось 12 лет с момента, как на базе Центральной городской публичной библиотеки Санкт-Петербурга заработала виртуальная справка. Из службы отдельной библиотеки за эти годы она превратилась в Корпоративную службу, включающую 15 коллективных партнеров, около 70 операторов. За год Служба виртуальной справки (СВС) отвечает примерно на тысячу вопросов.

Первые шаги нашей Службе помогли сделать коллеги из Российской национальной библиотеки (РНБ). Вообще при разработке проекта Службы мы в первую очередь изучали опыт службы «Спроси библиографа» РНБ, а также опыт Первой виртуальной справочной службы «Поручи поиск человеку». Наше первое программное обеспечение было разработано с помощью коллег из РНБ, и даже сама страница СВС первоначально базировалась на сервере РНБ. Сегодня мы работаем на второй версии программного обеспечения, сайт Службы расположен на сервере ЦГПБ им. В. В. Маяковского (URL: http://vhd.ksob.spb.ru/). В 2018 г. предполагается провести модернизацию программного обеспечения и интегрировать сайт Службы с новым порталом Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга (КСОБ СПб).

Уже на этапе разработки первого варианта программного обеспечения имел место прогноз развития проекта в корпоративный. К виртуальному справочному обслуживанию планировалось привлечь территориально удаленные отделы нашей библиотеки, обладающие собственными информационными ресурсами и самостоятельными специализированными библиографическими службами. Поэтому был предусмотрен свободный доступ операторов в рабочую область сайта через сеть Интернет с любого IP-адреса, без ограничения числа одновременных подключений.

Когда проект заработал в полную силу, наши коллеги из централизованных библиотечных систем (ЦБС) города стали проявлять к нему интерес и присоединяться в качестве полноправных участников. Новый виток развития Службы связан с появлением Корпоративной сети общедоступных библиотек

Санкт-Петербурга (КСОБ СПб), когда проект официально получил статус корпоративного. Он является факультативным, что подразумевает добровольное участие библиотек. Сейчас в Службе работают 3 из четырех библиотек городского подчинения и 12 из 17 ЦБС. Количество операторов от одного участника колеблется от одного до девяти специалистов.

Такое большое количество участников продиктовало особую структуру управления Службой — систему двойного администрирования. Главный администратор от ЦГПБ им. В. В. Маяковского (сотрудник Управления библиографическими информационными службами, УБИС) обладает полным функционалом управления. Существуют также администраторы второго уровня — специалисты библиотек и ЦБС, от которых в проекте работают более четырех операторов. Администратор второго уровня обладает ограниченным функционалом управления.

В задачи главного администратора входит прием и распределение запросов администраторам или непосредственно операторам; контроль сроков и качества выполнения запросов; размещение выполненных запросов в архив выполненных справок, где они становятся доступными пользователям; консультирование операторов; обучение новых участников проекта; подготовка инструктивных материалов и технических заданий; ведение статистики работы Службы. Администраторы второго уровня распределяют поступившие запросы внутри своей зоны ответственности и контролируют сроки их выполнения.

При распределении поступивших запросов необходимо учитывать различные факторы: так, запросы, касающиеся работы конкретных библиотек или наличия изданий в их фонде, передаются для выполнения специалистам из этих библиотек или ЦБС (если они работают в проекте). Запросы, касающиеся того или иного района Петербурга, также чаще всего выполняются сотрудниками из библиотеки этого района. Учитывается также специализация операторов, так как в Службе работают также библиографы из детских и юношеских библиотек, а также

сотрудники специализированных библиотек и отделов (Санкт-Петербургская государственная театральная библиотека, Государственная библиотека для слепых и слабовидящих; специальные подразделения ЦГПБ им. В. В. Маяковского: Библиотечно-информационный центр по искусству и музыке, Центр петербурговедения, Центр деловой и социально-правовой информации).

Анализируя вопросы, поступающие в Службу, можно отметить, что чаще всего пользователи просят подобрать литературу по той или иной теме (71% запросов), реже ищут конкретное издание (18%), уточняют факты (9%) (см. Рис. 1).

*Рис. 1. Распределение количества читательских запросов в СВС по виду справок*

Обобщенный портрет пользователя виртуальной справки — это человек с высшим или незаконченным высшим образованием, который ищет информацию в помощь учебе или научной работе. Две трети пользователей СВС — женщины, около 70 % зарегистрированных пользователей в качестве места жительства указывают Санкт-Петербург (по данным о зарегистрированных пользователях).

Тематика вопросов носит ярко выраженный гуманитарный характер. В 2017 г. был проведен анализ запросов за 2016 г. Для исследования использовался метод анализа рассеяния информации С. Брэдфорда, позволяющий разделить исследуемый контент на три количественно равные части (по числу справок).

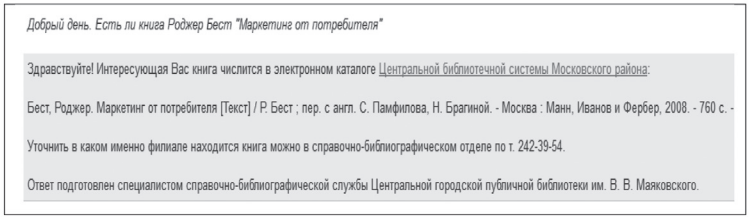
Согласно результату исследования, к ядру спроса в СВС относится история (включая раздел краеведения и петербурговедения), к области средней продуктивности — литературоведение, искусство, художественная литература и библиотечное дело, все остальные области знания отошли к области рассеяния информации (Рис. 2).

| Ядро спроса | Область средней продуктивности | Область рассеяния информации |
|---|---|---|
| История | Литературоведение<br>Искусство<br>Художественная литература<br>Библиотечное дело и библиография | Книжное дело, СМИ<br>Экономика<br>Технические науки<br>Право<br>Культура<br>Образование<br>Психология<br>Науки о земле, география<br>Языкознание<br>Политика<br>Музейное дело<br>Медицина<br>Военное дело<br>Философия<br>Биологические науки<br>Физико-математические науки<br>Естественные науки<br>Транспорт<br>Сельское и лесное хозяйство<br>Физкультура и спорт<br>Строительство<br>Наука<br>Химия<br>Электротехника, энергетика, Радиоэлектроника<br>Социология<br>Фольклор<br>Религия |

*Таблица 1. Распределение тематики запросов в СВС по признаку частоты (по С. Брэдфорду).*

Исходя из того, что практически две трети обращающихся в Службу пользователей являются жителями Петербурга, можно предположить, что для них важно точно знать, в каких именно библиотеках города представлены нужные им издания и ресурсы. Да и в самой формулировке вопроса очень часто звучат слова: «В какой из библиотек Санкт-Петербурга я могу получить…». До сентября текущего года мы пользовались при поиске каталогами библиотек Петербурга на старой версии корпоративного портала. Недостатком этих каталогов являлось предоставление информации об издании без конкретного места хранения экземпляров. При наличии издания в нескольких библиотеках у оператора было два варианта ответа: либо самостоятельно выявить эти места хранения, что было достаточно трудозатратно по времени, либо предоставить пользователю контактную информацию и возложить на него дальнейший поиск.

В новой версии каталога реализована функция предоставления сведения о всех доступных на момент обращения экземпляров с привязкой к месту хранения (URL: https://spblib.ru/catalog). Мы наглядно можем посмотреть, как выглядят два ответа на схожие запросы, выполненные с разницей в два месяца (Рис. 2 и 3).


*Добрый день. Есть ли книга Роджер Бест "Маркетинг от потребителя"*

Здравствуйте! Интересующая Вас книга числится в электронном каталоге Центральной библиотечной системы Московского района:

Бест, Роджер. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест ; пер. с англ. С. Памфилова, Н. Брагиной. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 760 с. -

Уточнить в каком именно филиале находится книга можно в справочно-библиографическом отделе по т. 242-39-54.

Ответ подготовлен специалистом справочно-библиографической службы Центральной городской публичной библиотеки им. В. В. Маяковского.

*Рис. 2. Пример читательского запроса, выполненного по старой версии корпоративного каталога на портале КСОБ СПб (версия 2011–2017 гг.).*

*Добрый день! Подскажите в какой библиотеке есть книга Пикетти Т. капитал в 21 веке? Спасибо!*

Здравствуйте, Надежда! Интересующая Вас книга числится в электронном каталоге Корпоративной сети общедоступных библиотек Петербурга:

Пикетти, Томас Капитал в XXI веке [Текст] = Le Capital au XXI siecle / Томас Пикетти ; [пер. с фр. А. Дунаева]. - Москва : Ад Маргинем Пресс, 2016. - 591 с. :
Калининский район:
Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского. Отдел по работе с юношеством (Гражданский пр., 121/100)
Петроградский район:
Центральная районная библиотека им. А. С. Пушкина (Каменноостровский пр. (Кировский пр.), 36/73)

Пикетти, Томас Капитал в XXI веке [Текст] = Le Capital au XXI siecle / Томас Пикетти ; [пер. с фр. А. Дунаева]. - Москва : Ад Маргинем Пресс, 2016. - 591 с. :
Адмиралтейский район:
Библиотека "Адмиралтейская" (Циолковского ул., 7)
Библиотека им. А. С. Грибоедова (Гороховая ул., 41)
Библиотека "Измайловская" (Измайловский пр., 18)
Центральный район:
Центральная библиотека им. М. Ю. Лермонтова (Литейный пр., 17-19)
Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского (Фонтанки реки наб., 44, 46)
Библиотека "Лиговская" (Лиговский пр., 99)
Ответ подготовлен специалистом справочно-библиографической службы ЦБС Невского района.

*Рис. 3. Пример читательского запроса, выполненного по новому корпоративному каталогу (версия портала КСОБ СПб с сентября 2017 г.).*

Означает ли все вышесказанное, что в нашей работе все гладко и нет проблем? Увы, конечно, не означает. Проблемы, безусловно, есть. Часть из них знакома всем виртуальным справочным службам, часть проблем связана именно с корпоративностью проекта.

К **общим проблемам** я бы отнесла следующие.

1. Некоторое снижение количества запросов — это почувствовали практически все службы. Сказывается, видимо, возросшая конкуренция на этом рынке. 12 лет назад виртуальные справки можно было пересчитать по пальцам, сейчас они есть у каждой крупной и большинства небольших библиотек. У библиотек появились группы в социальных сетях, на сайтах некоторых библиотек есть онлайн-консультанты. Кроме того, многие службы имеют открытые архивы выполненных справок, своеобразные «базы знаний», где имеется полнотекстовый поиск. У этой тенденции есть и светлая сторона, так как относительно небольшое количество запросов позволяет более тщательно их прорабатывать.
2. Явно прослеживается тенденция повышения количества плохо сформулированных запросов. Часто вопросы формулируются, безграмотно, расплывчато, неконкретно.

Иногда складывается впечатление, что человек не в силах выразить то, о чем хочет спросить. Например: «Подскажите, какими книгами, статьями издательства не позднее 2008 я могу воспользоваться, чтобы написать курсовую». Пользователь выбрал категорию «Образование. Педагогические науки». По правилам нашей службы, в случае сомнений оператор имеет право ответить на запрос так, как он его понял. В самых «непонятных» случаях мы просим задать вопрос еще раз, конкретизировав его. К сожалению, уточненный запрос чаще всего не поступает.

3. Проблема, которую В. П. Леонов назвал «Голландской болезнью» российской библиографии: использование для работы электронных ресурсов в ущерб традиционным [1].
4. Финансовая проблема. К сожалению, программное обеспечение имеет тенденцию устаревать. Чтобы поддерживать его стабильную качественную работы, требуется его периодическая модернизация, и, соответственно, финансовая поддержка этого процесса.

**Проблемы**, связанные с **работой в корпорации**.

1. Увеличение количества операторов Службы снижает количество запросов для каждого из них. Однако руководство конкретной библиотеки не вникает в такие нюансы, и сотруднику, участвующему в проекте, могут высказываться претензии. Кроме того, если какую-либо работу выполняешь редко, некоторые технологические особенности могут забываться, что ведет к нарушению технологии ответа и создает дополнительную нагрузку на администратора.
2. Большое количество участников даже при организации двухуровневого администрирования — сложная в управлении система.
3. Непосредственно связанная с предыдущей проблема качества ответа. При наличии большого количества операторов, со многими из которых главный администратор

может быть незнаком лично, приходится уделять особое внимание оценке подготовленного ответа с точки зрения как релевантности подобранных источников, так и авторитетности ресурсов, где они были найдены.

4. Наличие разного набора ресурсов, используемых в подготовке ответов специалистами разных библиотек. Администратору приходится учитывать особенности комплектования библиотек электронными ресурсами, в том числе подписными лицензионными базами данных. Так, самым большим набором таких ресурсов в КСОБ СПб обладает ЦГПБ им. В. В. Маяковского. Эту проблему мы решаем, предоставляя операторам СВС возможность использовать эти ресурсы через «Виртуальный читальный зал» ЦГПБ им. В. В. Маяковского (URL: https://pl.spb.ru/resources/virtual/), а также в рамках корпоративной подписки. [2]

Невзирая на вышеперечисленные проблемы, наш проект продолжает успешно работать. Сейчас большие надежды мы возлагаем, конечно, на развитие портала КСОБ СПб и создание нового сайта Службы виртуальной справки.

**Примечания:**

1. Леонов В. П. «Голландская болезнь» российской библиографии // Библиосфера. 2013. № 3. С. 67–70.
2. Аврамова Е. В. Организация удаленного доступа пользователей к лицензионным электронным ресурсам в структуре информационных услуг Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] // Двадцать первая Международная конференция «Крым 2014». Москва, 2014. URL: http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2014/disk/071.pdf

**И. В. Севостьянова,**
*зав. Отделом методической*
*и инновационной деятельности*
*ЦГБ им. В. Маяковского, г. Саров*

## Представительства библиотеки им. В. Маяковского (г. Саров Нижегородской области) в виртуальной среде: корпоративные проекты и интерактивное взаимодействие

Рассмотрены различные формы работы с пользователями через сайт библиотеки. Дана характеристика доступных электронных справочных ресурсов. О структуре и содержании сайта, работе по его совершенствованию, изучению откликов пользователей.

**Ключевые слова:** библиотечные сайты, публичные библиотеки, пользователи библиотек, онлайновые ресурсы, электронные ресурсы, Центральная библиотека им. В. Маяковского г. Сарова

**Irina Sevostyanova**

## City Central Public Library named after V. Mayakovsky (Sarov, Nizhny Novgorod region) in virtual environment: corporate projects and interaction

Various forms of working with users through the library website. The characteristics of available digital reference resources are given. The structure and content of the website and feedback study.

**Key words:** library site, public libraries, users, online resources, digital resources, Sarov

Одна из главнейших проблем в библиотечном обслуживании — информированность читателей. Что знает читатель о библиотеке, ее фондах, возможностях? Для знакомства читателей с Центральной городской библиотекой им. В. Маяковского используются различные формы работы: экскурсии, беседы, библиотечные уроки, выставки, дни открытых дверей. Но, так с библиотекой могут познакомиться только жители города, который является закрытым административно-территориальным образованием (ЗАТО).

Саров — город, где тесно связана духовность и наука. В Свято-Успенском мужском монастыре, Саровской пустыни, творил духовные подвиги святой преподобный Серафим Саровский. А страницы научного подвига открыли в Сарове в 1946 г. советские ученые после размещения здесь конструкторского бюро (КБ-11) одного из самых секретных предприятий по разработке отечественного ядерного оружия. В 1946 г. началась и история нашей библиотеки.

Сегодня в Сарове проживает более 90 тысяч человек, для которых создана очень насыщенная культурная и образовательная среда. В городе работают 20 учебных заведений: школы, лицеи, гимназия, спецшколы, вузы и техникумы.

Прекрасные учреждения дополнительного образования: Детская музыкальная и художественная школы, две детские школы искусств, Дворец детского творчества¸ Станции юных техников и натуралистов, разнообразные кружки, секции.

Любимые места досуга и отдыха горожан: два театра (Театр драмы и Театр кукол «Кузнечик»), 8 музеев (Городской краеведческий музей, Музей народной игрушки, Художественная галерея, Музей ядерного оружия, музей-квартира Ю. Б. Харитона, а также 3 частных музея), Дом молодежи, объединение городских парков, кинотеатр, Центр культуры и досуга, Дом ученых.

В городе почти миллионный библиотечный фонд. Им располагают 35 библиотек города, кроме Библиотеки им. В. Маяковского работает детская библиотека, научные и технические библиотеки в подразделениях градообразующего предприятия, а также вузовские и школьные.

Такое насыщенное культурное поле, создает серьезную конкурентную среду для общедоступной библиотеки. Причем, практически все учреждения являются субъектами и объектами и в сфере информации, создавая и потребляя информационные ресурсы.

Поэтому в виртуальном пространстве организовано несколько представительств Центральной городской библиотеки им. В. Маяковского: сайт bibliom.ru, группы в социальных сетях: «ВКонтакте» «Время для чтения» и в «Google+», странички «ВКонтакте» «Читаем вместе», на «Calameo» и «SlideBoom», есть канал библиотеки на «YouTube».

Работа над созданием сайта началась в 2011 г., и первоначально он был организован как сайт-визитка с ограниченным набором возможностей. Но все эти годы идет непрерывная работа по его совершенствованию.

На сайте расположена вся необходимая информация для читателя: график работы, контакты, реклама, новости, афиша, структура библиотеки, правила пользования, услуги, программы, проекты. В прошлом году библиотека отметила юбилей, и на сайте был создан соответствующий раздел «Библиотеке — 70», куда вошли материалы об истории ее создания, сотрудниках, знаменитых читателях и памятных вехах развития.

Для пользователей на сайте работают сервисы: виртуальная справочная служба, продление on-line, обратная связь. Расположены информационные ресурсы (это 16 баз данных, библиографические пособия и указатели, виртуальные выставки).

Для наглядности и удобства использования 2 базы данных вынесены отдельно. Во-первых, биобиблиографический указатель «Ученые городов Госкорпорации «Росатом» (URL: http://bibliom.ru/uchenye-gorodov/), который был создан как корпоративный проект библиотекарей и специалистов 11 городов ЗАТО и городов-спутников АЭС. Проект получил грант Госкорпорации «Росатом» в 2013 г., став победителем открытого публичного конкурса социально-значимых проектов.

Указатель имеет непосредственную краеведческую направленность и содержит биографический, фактический, библиографический материал для широкого круга пользователей об

ученых городов Госкорпорации, внесших наибольший вклад в развитие атомной отрасли. Основная его цель — популяризация достижений региональной науки и техники. Сейчас в указателе представлено 144 персоны известных ученых, работавших и работающих на предприятиях 11 городов Госкорпорации. Вместе с библиографическими списками материалы включают: 92 фото, 142 оцифрованных материала, 19 полнотекстовых материалов, 260 кодов доступа.

Интересную информацию содержит база данных «Я эту землю родиной зову» (URL: http://bibliom.ru/natural-history-literature/ya-etu-zemlyu-rodinoj-zovu/), где представлены известные люди, которые родились в Сарове, а стали известны далеко за пределами своей малой родины. Артисты, музыканты, политики, спортсмены, писатели, художники, режиссеры — эти люди известны в различных областях, но всех их объединяет одно — они родились в Сарове. Имена Олега Тактарова, Светланы Кулаковой, Андрея Першина, Максима Тарасова, Александра Суворова, Петра и Анастасии Седовых и многих других саровчан хорошо известны не только в России, но и за рубежом. Сейчас сюда включено 18 персон. В создании базы участвовали горожане, которые предлагали персоны известных людей, а библиотекари собирали материалы и вносили в базу данных.

На сайте выделен раздел о работе «Музея книги», который был открыт в библиотеке в 2013 г. В коллекции музея более 3000 книг, а с материалами об уникальных изданиях и коллекциях можно познакомиться на сайте библиотеки.

Также мы стараемся постоянно развивать возможности интерактивного взаимодействия с пользователем, максимально вовлекать его в деятельность библиотеки. В виртуальной игротеке представлены более 40 разнообразных викторин, кроссвордов и головоломок для пользователей разных возрастов по краеведению и литературе.

На сайте применяются сервисы для прямого зрительского голосования за работы, представленные на различные конкурсы библиотеки.

В разделе «Приглашение к чтению» в рубрике «Мнение читателя» каждый пользователь может высказать личное мнение и посоветовать интересную книгу, рассказать о любимом авторе, поделиться своими впечатлениями от чтения. На сайте уже размещены рецензии на книги: Дмитрия Данилова, братьев Стругацких, Натальи Громовой, Эдуарда Кочергина, Людмилы Улицкой и других авторов. Причем читатели могут выступить как под своими реальными именами, так и под никнеймами, могут указать род занятий, а могут остаться полностью неизвестными. Рецензии в эту рубрику пишут студенты и домохозяйки, пенсионеры и служащие. Некоторые читатели выражают свое мнение один раз, а некоторые два-три раза присылают рецензии на понравившиеся книги.

Для нас очень ценен отзыв Бунтина Пётра Фёдоровича, 1925 года рождения, нашего постоянного читателя, на книгу Акселя Мунте «Легенда о Сан-Микеле»: «Я старый читатель. Думаю, что я могу уже так говорить — мой стаж чтения более 80 лет. Сейчас читаю очередной раз «Легенда о Сан Микеле» Аксель Мунта и снова получаю огромную радость, чем и хочу поделиться. Вы знаете — это непередаваемое чувство встречи и новых открытий от сокровенного общения с писателем с его словом! Именно с его словом: стилем письма, культурой, интеллектом; которое даёт возможность почувствовать человека, его глубину внутреннего мира, психологии и это главное. Хотя и сюжет интересен: непростой, многогранный…».

А студент медицинского колледжа Андрей Мещаков после знакомства с книгой Федора Углова «Сердце хирурга» прочитал и другие книги этого автора и предлагает «внести в программу школьной литературы 10–11 класса», если не все произведения, то хотя бы «Сердце хирурга», «так как они воспитывают доброту, ответственность и любовь к людям». Такой отклик читателей на книги делает рубрику живой и наполненной, это мотивирует не только к чтению представленных книг, но и появляется желание поделиться своими читательскими впечатлениями.

Основным критерием отбора информации для размещения на сайте является актуальность тем для пользователей. Как показывает анализ данных статистики сайта, наиболее посещаемыми являются рубрики «Фотоальбом», «Конкурсы», «Видеоканал». Это те разделы, где именно пользователи являются главными действующими лицами — авторами конкурсных работ, участниками различных мероприятий, и именно они голосуют за понравившиеся работы.

Неизменный интерес у пользователей сайта вызывают рубрики «Афиша», «Новости», «Ресурсы библиотеки».

Очевидно, что само по себе создание сайта еще не является гарантией его широкой популярности, поэтому постоянно ведется работа по улучшению сайта, его оформлению и наполнению содержания. Вариант статичного закрепления на экране всей навигационной карты (информация при смене рубрик меняется только в середине экрана) полностью себя оправдал. Это позволяет держать в поле зрения навигационную картину и осуществлять быстрый поиск нужной информации.

Усовершенствовано расположение рубрик: наиболее актуальные и посещаемые рубрики, а также ссылки перехода на страницы в социальных сетях, вынесены в поле активной визуализации, в раздел «Навигация». А использование системы «одного шага» способствует наибольшей посещаемости различных страничек сайта.

И, надо сказать, что наша работа не остается незамеченной, количество посетителей сайта растет, а в 2014 г. библиотека стала лауреатом Всероссийского конкурса «Лучший сайт в сфере культуры и искусства».

**Р. С. Сахаренкова,**
*зав. сектором*
*ЦГБ им. Н. А. Некрасова МУК ЦБС города Краснодара*

## Электронный продукт библиотеки: инновационные формы

Рассматривается блог «Библиотечный навигатор» как площадка для обмена опытом. Предлагаются онлайн-сервисы, позволяющие создавать библиотечные электронные продукты.

**Ключевые слова:** электронные ресурсы, блоги, онлайн-сервисы, публичные библиотеки

**Rada Sakharenkova**

## Digital resources in library: innovative forms

The blog “Library Navigator” is considered as a platform for sharing experience. Online services for creating library digital products.

**Key words:** digital resources, blogs, online services, public libraries

В современных условиях кризиса читательской культуры, экспансии интернета, «клипового» мышления молодежи, библиотеки постоянно совершенствуют формы и методы работы с читателями. На массовых мероприятиях используются электронные продукты, которые постоянно трансформируются

за счет изучения смежных для библиотечно-информационной деятельности дисциплин: информатики, программирования, теории игр. Применение инновационных продуктов и услуг требует от специалистов отрасли повышения компьютерной грамотности, поиска интересных форм библиотечной деятельности для работы, приспособленных к новым реалиям. Новые компетенции, навыки и умения характеризуют не просто библиотекаря, а мультидисциплинарного специалиста, обучающегося в течение всей жизни. Для оперативного информирования библиотечных специалистов в муниципальных библиотеках города Краснодара создан блог «Библиотечный навигатор». В нем публикуется актуальная информация о событиях в книжной отрасли и мастер-классы для овладения компетенциями в сфере информационных технологий.

Среди электронных продуктов, которые предлагает использовать «Библиотечный навигатор», традиционные буктрейлеры и видеоролики, интерактивные презентации и викторины, инфографика, коллажи, ленты времени, виртуальные книжные выставки, игры, комиксы. Для их создания не требуется приобретать специальное программное обеспечение. Достаточно доступа к сети интернет и знаний возможностей онлайн-сервисов.

Онлайн-сервисы (инструменты) — это программы, которые не требуют установки на компьютер и работают на удаленном сервере («в облаке»). Результат работы этих программ пользователь получает в виде готовой услуги. [1] Аудио-, видео- и визуальный контент, созданный в онлайн-сервисах, используются при оформлении визуального ряда мероприятий (в печатном или электронном виде), размещаются в блогах и на страницах в социальных сетях.

Среди множества онлайн-сервисов, в библиотечной деятельности могут использоваться следующие: wordart.com (создание открыток и плакатов в жанре «облако слов (мозаика слов)»), qrcoder.ru (QR-код для проведения квестов, рекламных объявлений), triventy.com, learningapps.org (обучающие игры и викторины), canva.com, picmonkey.com, befunky.com, beezmap.

com, caption.it (коллажи), jigsawplanet.com (пазлы), prezi.com (интерактивные презентации), canva.com, visme.co, venngage.com, cacoo.com, easel.ly, piktochart.com, visualize.me, visual.ly (инфографика), creately.com twiddla.com, /idroo.com, thinglink.com (интерактивные плакаты), mindmeister.com/ru, popplet.com (ментальные карты), dipity.co, vizzlo.com, timetoast.com (ленты времени), benettonplay.com/toys/flipbookdeluxe/guest.php, disapainted.com (анимация и комиксы), blockposters.com, canva.com (постеры).

В сфере создания виртуальных книжных выставок новые информационные технологии позволяют интересно представить книжный фонд. Виртуальные книжные выставки — публичная демонстрация в сети Интернет с помощью средств веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удаленным пользователям библиотеки для обозрения, ознакомления и использования. [2, С. 6]

Виды представления виртуальных книжных выставок могут быть разнообразными, от фотографий традиционной выставки с интерактивными элементами, до страницы на сайте. Изучение электронных ресурсов позволяет выделить следующие формы виртуальной книжной выставки:

1. презентация (Power Point, Slide Share);
2. слайд-презентация (слайд-шоу) обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением (Power Point, Photopeach, Photosnack);
3. видеообзор с рекомендациями библиотекаря, записью «громких чтений» читателей, видеовпечатлений читателей, известных людей;
4. выставка книг в виде интерактивного плаката (Power Point с использованием гиперссылок, ThingLink);
5. выставка книг в виде ментальной карты, техники визуализации мышления в виде карты, в центре которой обозначена главная тема с отходящими от нее в разные стороны ключевыми словами, связанными с ней (Word, Power Point, Mindmeister, FreemindMap, Popplet);

6. выставка книг какого-либо автора в виде ленты времени (Power Point, Dipity, Xtimeline, Free Timeline, Timerime, Timtoast, Ourstory Capzles);
7. выставка книг в виде 3D-книги (MS Publisher, Flip Book Maker, Flip PDF, ZooBurst Calameo Photosnack Myebook;
8. выставки на географической карте (Google Maps);
9. выставка — виртуальная доска (Thinglink, Google Презентации);
10. выставка — плакат (MS Publisher, Glogster, Thinglink, Playcast).

При создании электронных продуктов в библиотеках используются дизайнерские программы Adobe Photoshop, FSViewer, Corel DRAW, ImageReady, а при размещении выставки на сайте, блоге — программный язык HTML. Сканирование обложек, иллюстраций по распознаванию и правке текстов производится в программе FineReader.

При работе с фотографии, во избежание проблем с авторским правом, используются так называемые стоки — хранилища платных и бесплатных изображений. Самые известные ресурсы: Shutterstock, Gettyimage, Freeimages, Noun Project. Расширенный поиск в Google помогает найти изображением с разным типом лицензии для того, чтобы соблюсти нормы авторского права.

Ресурс «Библиотечный навигатор» продолжает поиск интересных форм взаимодействия печатных и электронных технологий. Гармонично сочетая традиционные и инновационные библиотечные услуги, библиотека получает возможность ответить на вызовы времени. От готовности библиотечных работников принять новшества, эффективно использовать интернет-сервисы, зависит сохранение статуса библиотек.

**Примечания:**

1. Социальные сервисы на службе библиотек : метод. реком. / Брян. обл. науч. универ. библ. им. Ф. И. Тютчева ; сост. Е. Н. Мартынова. Брянск, 2013. 11 с.

2. Виртуальная книжная выставка : рассказываем о книгах в новом формате : методические рекомендации / Бахчисарайская центральная районная библиотека им. А. С. Пушкина. Крым, 2015. 8 с.
3. Использование мультимедийных технологий в библиотеке : информ.-метод. дайджест / сост. И. М. Хвостенко ; Новосиб. гос. обл. науч. б-ка. Новосибирск : Изд-во НГОНБ, 2012. 68 с.

**В. Ю. Зоткина,**
*главный библиограф,*
*Центральная библиотека Волгограда*

## Инноватика библиотечного флешбука: термины, проекты, перспективы

«Флэшбук/флешбук» как инновационное направление деятельности российских библиотек. Дан терминологический анализ понятия. Рассмотрен опыт проведения комплексного просветительского мероприятия городских библиотек Волгограда «ЭКОкнига Нижней Волги» в формате флешбука в социальных сетях.

**Ключевые слова:** библиотечные ресурсы, просветительские проекты, социальные сети, удаленные пользователи, флэшбук/флешбук, флешмоб в Интернете, публичные библиотеки, Волгоград

**Vera Zotkina**

## Flash-books in libraries: terms, projects, prospects

The article is devoted to flash-books. Case of Lower Volga Ecobook. The project of Volgograd city public libraries.

**Key words:** flash-book, flashmob on the Internet, digital format, information projects, library resources, users, social networks

«Флэшбук/флешбук» — понятие для российских просторов не совсем новое. Для информационной работы библиотек новый формат весьма перспективный, но за неполное десятилетие представление о нем кардинально менялось. В связи с этим необходимо «освежить» профессиональные знания.

**Флешбук по-русски. Экскурс в терминологию**

Одно из первых упоминаний о флешбуках в России появилось, благодаря издательскому проекту петербургского писателя Александра Житинского. В 2011 г. в своем издательстве «ГеликонПлюс» он опубликовал в формате флешбук произведения русских классиков А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского. Подобный **«флешбук» — электронная книжка, оформленная как карманное издание на бумаге.** [1]

Профессор МПГУ Юлия Щербина, уточняя градацию электронных книг в современных издательских проектах, писала: «Разновидностью онлайн-бука можно считать **флеш-бук (англ. flash-book) — формат, позволяющий импортировать в текст звук, видео, графические изображения, активные интернет-ссылки, создавать эффект перелистывания страниц**». Таким образом, книгоиздатели подразумевают **под термином «флешбук» разновидность электронных книг или наименование электронной литературы.** [2]

Казалось бы, имеется четкое представление о «флешбуке», как о гибридном издании. Но, не проходит и года с появления флешбуков А. Житинского, как появляются библиотечные мероприятия, также называемые «флешбуками». [3]

Современная библиотечная деятельность сформировала следующее понятие: «**флешбук — это флешмоб с книгой**». «Отличие флешмоба от флешбука, в литературной направленности последнего». [4] Данный формат библиотечных мероприятий стал креативным способом рекламировать книгу и чтение в реальном пространстве библиотек, учебных заведений, а также в транспорте, на уличных территориях (парках, скверах, набережных и прочее).

В то же время, есть примеры того, как «флешбуком» стали называть любую массовую акцию библиотеки на улице. [5] Такая трансформация термина в формате библиотечного флешмоба не является окончательной. С 2012 г. флешбук начал покорение Интернета. «Флешбук — флешмоб в Интернете». [6] В этот период библиотечное сообщество России решило поддержать международную акцию «Флешбук» в соцсетях, приурочив ее к Общероссийскому Дню библиотек. В течение месяца библиотекари создавали странички в соцсетях, на которых рассказывали о своих любимых книгах. В результате совместной работы на сайте **«ФЛЕШБУК. Цифровое отражение любимых книг на страницах соцсетей»** был размещен Сводный каталог проекта. [7]

К периоду проведения акции относится наибольшее количество флешбуков, созданных в Сети. Самыми популярными интернет-ресурсами для создания флешбука традиционно стали социальные сети «ВКонтакте» и «Facebook». По завершении первой акции флешбукеры продолжают свою творческую деятельность. Тем более, что флешбуки в Интернете стали перспективными проектами совместной работы библиотекарей и учащихся. [8]

Вернемся к терминологии. Часто встречается следующая формулировка понятия: ***«Флешбук — презентация или знакомство с интересными книгами с помощью цитат, иллюстраций, личных переживаний и другой информации о книге».*** [9] При этом в Интернете и профессиональной прессе нет описания презентаций в формате *.ppt (или слайд-шоу),* отражающих материалы флешбука.

Учитывая имеющийся опыт российских библиотек, термин «презентация», скорее всего, следует трактовать как одноразовая рекламная акция, которая призвана продвинуть новый продукт на рынке. Полученный информационный (познавательный, образовательный) ресурс в формате *.ppt*. может быть использован в рекламных целях: рекомендации книги, популяризации автора, поддержки интереса к чтению.

Как видно, за пару лет термин «флешбук» (дословно «флеш» — вспышка, «бук» — книга) несколько раз поменял свое определение под влиянием профессиональной библиотечной деятельности. В целом терминологическая база библиотечного дела пополнилась понятием, неоднозначным для определения и использования в практике.

**Экология души в электронном формате**

Имея такое широкое представление о «флешбуке», было бы непрофессионально проигнорировать опыт коллег и не включиться в работу. Специалисты Центральной библиотеки Волгограда, находясь в постоянном поиске новизны в библиотечном сотворчестве, оценили перспективные возможности развития информационного обслуживания. Тем более, инновация позволяла нетрадиционно раскрыть тематику Года экологии в России.

Изначально специалисты провели исследование источниковой базы, включающей теорию и опыт работы в формате «флешбук». Результаты исследования были представлены в методико-библиографическом пособии «Флешбук» (Волгоград, 2016). [10]

Исходя из инновационных возможностей по пропаганде чтения, появилась идея создать свой флешбук. Для реализации был выбран просветительский электронный проект, получивший название **«Флэшбук “ЭКОкнига Нижней Волги”»**. Данная разработка подразумевала корпоративную работу ВМУК «ЦСГБ» (сотрудников 27 библиотек) в течение января–мая 2017 г. для удаленных пользователей соцсетей. Флешбук представлял собой библиотечную акцию, приуроченную к Дню Волги — 20 мая.

Флэшбук оформлен в виде страниц соцсетей «Facebook» (@EkobookLowerVolga) и «ВКонтакте» (@ekobooklowervolga). Страницы наполнили более двух сотен репостов по тематике «Экология души в художественных произведениях о реке Волге»: отрывки из прозы и поэзии, статей, ссылки на Интернет-ресурсы, а также фрагменты мемуаров, путеводителей, содержания книг, методических материалов. Подбор материалов для

флешбука осуществили библиотекари, хотя пользователям не воспрещалось присылать свои публикации. Так, в флешбуке появилось несколько любительских стихов, посвященных реке. Каждая публикация сопровождается иллюстрациями, в основном, оригинальными коллажами, а также рекламными плакатами. Наличие яркого иллюстративного материала привлекло внимание аудитории к ресурсу, обеспечивая перепост отдельных публикаций.

Еще до начала реализации проекта, 1 января 2017 г., серия рекламных плакатов появились в декабре 2016 г. в соцсетях (на страницах ВМУК «ЦСГБ»). Надо отметить, что реклама — отдельное направление работы по продвижению проекта, особенно, в соцсетях. Первое, что было подготовлено, рекламные плакаты в модном сейчас стиле «винтаж» — советский плакат с призывом подключиться к флешбуку. Плакаты были размещены на доступных библиотекарям площадках, как в электронном, так и бумажном виде.

Рекламные акции продолжили индивидуальные и групповые беседы о проекте с читателями в библиотеках городской системы Волгограда. Например, к «БиблиоНочи — 2017» появилась рекламная презентация материалов флешбука. Новый ресурс стал частью библиотечных мероприятий, проведенных библиотеками Волгограда в апреле–мае 2017 г. О проекте узнали слушатели круглых столов и семинаров (в т. ч. вебинаров), посетители групп по интересам в соцсетях (например, «Культурная жизнь Волгограда»), пользователи личных страниц и библиоблогов.

Опыт реализации флешбуков, в т. ч. на базе ВМУК «ЦСГБ», стал основой вебинара для слушателей курсов «Открытое образование», сайта дополнительного профессионального образования педагогических работников. [11] Информация прозвучала так, чтобы работа с флешбуком не выглядела чисто библиотечной деятельностью, ведь данная работа — интерактивная площадка для сотрудничества библиотекарей и педагогов по созданию коммуникативной и образовательной среды для учащейся молодежи.

Флэшбук «ЭКОкнига Нижней Волги» — пилотный проект, реализованный городскими библиотеками в данном формате. На нем библиотекари отрабатывали навыки работы в соцсетях для удаленных пользователей, выясняли перспективы создания корпоративного проекта для привлечения пользователей к ресурсам библиотеки, набирались опыта по различным направлениям, повышающим креативность библиотечной работы. Проект многое дал в плане профессионального мастерства, раскрытия возможностей для привлечения читателей за стенами учреждений культуры.

Период реализации проекта в формате интернет-акции был небольшим. В общей сложности, он продлился полгода. 31 мая 2017 г. флешбук закрылся. С этого момента «ЭКОкнига Нижней Волги» перестала пополняться новыми публикациями. Но формат «флэшбук» остается в арсенале нашей деятельности, он будет реализован в рамках будущих библиотечных акций.

До закрытия флешбука на его площадке прошло открытое голосование за библиотечные работы по экологии «ЭКОнавигатор». Имея постоянную аудиторию, а также привлеченных к голосованию пользователей, 32 библиотечные работы были представлены на его страницах в номинациях «Сценарий мероприятия», «ЭКОграфия» (библиотечно-библиографические пособия), «Медиаграфия» (презентации, видофильмы). Голосование прошло после Дня Волги, продлив существование флешбука до конца мая.

Итоги совместной работы по флешбуку и результаты конкурсной деятельности были объявлены накануне Дня библиотек — 27 мая 2017 г. Как видите, работа по данному проекту оказалась разноплановой и перспективной. Флешбук «ЭКОкнига Нижней Волги» нашел своих читателей/листателей/почитателей. На ресурс подписывались, его регулярно просматривали, и делали перепост материалов. В целом, проект получил развитие, как в виртуальном, так и реальном пространстве. Наш флешбук — пока первая и единственная библиотечная разработка в данном формате, многопланово реализованная на территории города-героя Волгограда.

Развитие интернет-ресурсов не первый год заставляет задуматься об инновационных вариантах библиотечной деятельности через мобильные приложения. Электронный флешбук может стать яркой идеей продвижения краеведческой литературы среди удаленных пользователей, особенно учащейся молодежи. Мы надеемся, что подобные просветительские проекты наших библиотек будут востребованы внешкольной образовательной системой или туристической инфраструктурой города-героя Волгограда.

*Рис. 1. Рекламные материалы флешбука «ЭКОкнига Нижней Волги».*

**Примечания:**

1. URL: http://www.don-ald.ru/tag/fleshbuk.
2. Щербина Ю. Не так страшен флипбук, как его антибука : о новых книгоиздательских форматах // Октябрь. 2015. № 2. С. 149–159. URL: http://magazines.russ.ru/october/2015/2/8sch.html.
3. Белогорцева А. Г. Навации в деятельности библиотек по продвижению книги и чтения // Блог С миру по нитке. 2015. Февраль. URL: http://solbiblfil2.ucoz.ru/blog/novacii_po_prodvizheniju_knig_i_chtenija/2015-02-04-431.

4. В Моршанске школьники провели флешбук // Безформата.ру. URL: http://tambov.bezformata.ru/listnews/morshanske-shkolniki-proveli-fleshbuk/15676155.
5. Флешбук : «Трезвость — выбор смелых». URL: http://zverinogolovskaya-sosch.narod.ru/news/fleshbuk_trezvost_vybor_smelykh/2016-09-12-272.
6. «Флешбук» — новая акция библиотечных блогеров // Современная библиотека. 2012. № 3. С. 83 : ил.
7. Овчинникова Н. В. Читать подано! // Современная библиотека. 2014. № 8. С. 28–33.
8. Глазунова Л. В. Новые форматы книг и формы их рекомендации читателям. Ч. 5. Новые формы рекомендации книг // Библиотека школы! 2015. № 8. С. 11–12 : ил. Библиогр.: с. 12 (6 назв.).
9. Креативные формы современной библиотеки / сост. гл. библиотекарь ЦРДБ им. Кошевого Т. Ф. Барчева. Нижний Новгород. 2015. URL: http://lib-avt.ru/kollegam/kreativnye-formy-raboty-sovremennoy-biblioteki.
10. Флешбук : методико-библиографическое пособие / ВМУК «ЦСГБ», Центральная библиотека ; [сост. В. Ю. Зоткина]. Волгоград, 2016. 39 с. : ил.
11. Зоткина В. Ю. Флешбук — коммуникативная площадка для рекламы чтения среди молодежи [Электронный ресурс] : [вебинар] // Образовательный центр «Открытое Образование». 2017. 14 апреля. URL: https://my.webinar.ru/record/940116.

**Е. В. Панкова,**
*директор*
**Л. С. Беркутова,**
*преподаватель*
*Санкт-Петербургский техникум*
*библиотечных и информационных технологий*

## Презентация книги в библиотеке

Разнообразие представленных в Интернете виртуальных библиотечных выставок показывает большие возможности этой формы продвижения информационных ресурсов: от классических «книжных полок» до 3D-анимационных проектов. Динамичные веб-страницы и специализированное программное обеспечение позволяют разработать виртуальные выставки с элементами погружения в виртуальную среду.

**Ключевые слова:** библиотечные выставки, виртуальные выставки, информационные ресурсы, онлайновые ресурсы, презентации книг

**Elena Pankova**
**Lyalya Berkutova**

## The book presentation in library

A variety of virtual library exhibitions shows the great potential for information resources promotion: from the classic «bookshelf» to 3D and animation projects. Dynamic web page and application

software provide an opportunity to develop an exhibition with elements of virtual environment.

**Key words:** library exhibitions, virtual exhibitions, information resources, online resources, book presentations

Представление книги с помощью выставки это эффективный способ её презентации читателям. Расположение книги «лицом» к потребителю обращает на неё внимание, выделяет из общей массы, дает возможность рассмотреть. Выставки традиционно существуют в библиотеках: уже с середины XIX в. книга рассматривается как средство воздействия на человека, но наибольшую востребованность такой способ представления книги получает после 1917 г.

Развитие компьютерной техники и интернет-пространства активизировало работу по созданию электронных информационных ресурсов. Их продвижение вернуло активные формы наглядного представления — выставки. Традиционные и электронные выставки становятся мультимедийными, интерактивными.

Остановим внимание на электронных библиотечных выставках, размещаемых в сети Интернет. Они привлекают внимание не только в стенах библиотеки, но и на всем пространстве глобальной сети.

Библиотечная выставка изначально не является линейной и, несмотря на логичное расположение материала, предназначена для нелинейного, фрагментарного восприятия (пользователь может начать рассматривать выставку с любого объекта и двигаться в любом направлении). Электронная среда сходна в данном случае с выставкой, она обладает нелинейностью, гибкостью, связностью. Разнообразие представленных в Интернет электронных библиотечных выставок показывает большие возможности этой формы продвижения информационных ресурсов: от классических «книжных полок» до 3D-анимационных проектов.

Одной из важных особенностей электронной выставки является полнота представления информации о ресурсе, т.к. нет возможности самостоятельно его «полистать», «рассмотреть» (даже при наличии гиперссылки на доступ к ресурсу современный пользователь требует предварительного информирования о его содержании). Необходимость предоставления полной информации о книге и/или теме приводит к формированию фактографической информации по теме выставки (биографической справки, справочного текста и т.д.), использования аудио- и видеоматериалов. Минимальный набор элементов включает в себя изображение обложки книги (разворот или иллюстрация из нее), библиографическое описания и аннотацию.

Принцип нелинейности реализуют гиперссылками на полный текст документа или его отсканированный фрагмент, дополнительные материалы по теме, об авторе, рецензии на книгу, оглавление и т.п.

Чаще всего библиотечные выставки создают в презентационных программах или верстают как HTML-страницы (статичные страницы). Это наиболее простые программные продукты, обладающие достаточными возможностями для конструирования электронных выставок в имеющихся шаблонах. Использование программ подготовки flach-роликов позволяет создать интерактивные анимационные выставки, выставки-квесты и пр. Динамичные веб-страницы и специализированное программное обеспечение позволяют разработать виртуальные выставки с элементами погружения в виртуальную среду.

**Примечания:**

1. Панкова Е. В., Беркутова Л. С. Выставка в библиотеке : традиционная и электронная. Санкт-Петербург : Профессия, 2016. 152 с.
2. Панкова Е. В., Беркутова Л. С. Практическая составляющая в подготовке библиотечных специалистов // Корпоративные библиотечные системы : технологии и инновации [Электронный ресурс] : XVI междунар. науч.-практ. конф. и выставка

(Санкт-Петербург — Финляндия, 26 июня — 1 июля 2017 г.) / АРБИКОН. Санкт-Петербург : СПбГПУ, 2017. URL: https://arbicon.ru/conference/arbicon2017/pages/s/materials_spb/.

3. Беркутова Л. С., Панкова Е. В. Электронная библиотечная выставка в продвижении ресурсов библиотеки // Материалы Третьего Международного профессионального форума «Книга. Культура. Образование. Инновации» («Крым–2017») / ГПНТБ России. Москва, 2017. URL: http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2017/disk/proceeding.html.
4. Беркутова Л. С., Панкова Е. В. Комплексный подход в формировании навыков проектной деятельности у студентов СПО / Беркутова Л. С., Панкова Е.В. // Материалы Второго Международного профессионального форума «Книга. Культура. Образование. Инновации» («Крым–2016») / ГПНТБ России. Москва, 2016. URL: http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2016/disk/057.pdf.
5. Панкова Е. В. К вопросу о типологии электронных библиотечных выставок // Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций : XI Всероссийская науч.-практ. конф. «Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов» / ЦГПБ им. В. В. Маяковского ; ред.-сост. И. Е. Прозоров. Санкт-Петербург, 2016. С. 293–296.

# Информационное обслуживание целевых групп потребителей

**И. Е. Парамонова,**
*начальник архивно-библиотечного отдела*
*АО «ВНИТИ ЭМ», Санкт-Петербург*

## Научно-техническая библиотека в системе коммуникационных каналов предприятия: «измениться, а не умереть»

Рассмотрены понятия «единое информационное пространство» и «информационно-коммуникационная среда». Дан обзор корпоративных коммуникационных каналов в контексте деятельности НТБ. Приведены примеры реализации корпоративных проектов в сфере информационного обеспечения.

**Ключевые слова:** научно-технические библиотеки, информационное обеспечение предприятий, информационно-коммуникационная среда, корпоративные коммуникации, каналы информационного взаимодействия

**Irina Paramonova**

## Scientific and technical library in the communication channels system of the company: «to change, not die»

The concept of «common information space» and «information and communication environment» are considered. An overview of the corporate communication channels in the context of the activities of the scientific and technical library. The examples of corporate projects in the field of information services are discussed.

**Key words:** scientific and technical libraries, information service, information and communications environment, corporate communication, communication channels

Среди библиотек разных типов библиотеки предприятий и организаций являются наиболее уязвимыми. Это утверждение справедливо не только для нашей страны, еще 45 лет назад Б. Вудс писал: «Специальные библиотеки имеют несколько уникальных особенностей. Но, особенно пугающим является их быстрое появление и уход, стремительное существование. Высокий уровень смертности специальных библиотек  это реальность». [1, с. 760] Чтобы избежать этого, специальная библиотека должна играть активную роль в организации (parent organisation). Еще тогда было осознано, что функции библиотеки не должны сводиться только к хранению и выдаче документов, от библиотекарей требуется проникновение в интеллектуальный и профессиональный мир ученого или инженера, популяризация или даже «продажа» услуг библиотеки, с целью убеждения окружения в своей ценности.

Эта проблема и сегодня не потеряла своей актуальности. Представляется важным выявить факторы, влияющие на «встраивание» библиотек в информационное пространство предприятия, наметить возможные пути развития для небольших библиотек, обозначить методы совершенствования их работы.

**Терминологическая преамбула**

Решение проблем информационного взаимодействия, доступности информации, обеспечения ее полноты и достоверности связывается сегодня с построением единого информационного пространства. Несмотря на огромное количество публикаций по данной проблеме, в терминологии нет единства. Очень широко применяются, часто с приставкой «единое», словосочетания «информационное пространство/поле», «коммуникационное пространство», «информационная среда/инфраструктура». При этом авторами выделяются различные уровни:

мирового единое информационное пространство, единое информационное пространство страны, региона или отдельных отраслей деятельности, а также уровень отдельного предприятия или учреждения. По мнению Т. Ф. Берестовой, «информационное пространство — это материально-духовный конструкт, обеспечивающий сосуществование и взаимодействие вербальной и документальной коммуникации». Цель создания информационного пространства — формирование среды обитания человека, наполненной информацией, доступной для него в процессе его деятельности. [2, с.74]

В этой связи в отношении предприятия или организации мы будем использовать термин «информационно-коммуникационная среда», отражающего микроуровень единого информационного пространства, локальную сред*у*, т. е. условия, в которых функционирует конкретный коллектив. В качестве основы этой среды рассматриваются преимущественно компьютерные и телекоммуникационные технологии, а в качестве элементов выступают субъекты информационного взаимодействия, информационные объекты/ресурсы, программно-технические средства для их создания или сбора, обработки и использования, организационные структуры, поддерживающие информационные процессы, каналы информационного взаимодействия/обмена.

К числу последних относятся: телефонная и факсимильная связь (включая мобильную), сервисы коротких или мультимедийных сообщений, электронная почта, корпоративный интранет-портал, корпоративная информационная система или система электронного документооборота, системы мгновенных сообщений и т.д.

Рассмотрим некоторые из них подробнее в контексте деятельности НТБ, а именно, доведения информационных продуктов и услуг непосредственно потребителю, конечному пользователю.

**Краткий обзор к**
**аналов информационного взаимодействия**

Одним из активно использующихся инструментов дистанционного, виртуального или внешнего (в разной терминологии)

библиотечного обслуживания стала электронная почта, для выполнения запросов удаленных пользователей библиотеки активно используют чаты, онлайн-консультанты. Сошлемся на результаты исследования М. Кий: при предоставлении услуг виртуальной справки 75% библиотек используют электронную почту, чат — 15%, онлайн-консультант — 5%. [3, с. 268]

Современные организации используют различные технологии информационного обмена. Электронная почта, несмотря на прогнозы о её замене корпоративными социальными приложениями, по сей день остается преобладающей формой делового общения. Одной из основных проблем электронной почты признаются ее объемы — количество сообщений продолжает расти, эта информация плохо структурирована, и поиск нужных сообщений занимает много времени. Среди других проблем —сложность интеграции с другими элементами информационной среды, отбор и сохранение важной деловой информации, обеспечение аутентичности сообщений, их целостности и пригодности к использованию, риск утечки служебной информации. [4]

Как отмечают аналитики рынка продуктов для корпоративных коммуникаций, к последним тенденциям относится расширение неголосовых каналов: использование сервисов онлайн-консультирования и менеджеров мгновенных сообщений. Онлайн-консультанты, приложения для установки на сайты различной тематики для обеспечения онлайн-помощи пользователям, в библиотечной практике стали использоваться сравнительно недавно, и их популярность в библиотечно-информационной среде возрастает. Как справедливо отмечает М. Кий, приложения используются, преимущественно, в универсальных библиотеках. Возможно, просто нет опубликованных данных по их использованию в практике НТБ именно в плане обслуживания сотрудников предприятия. Можно выделить ряд достоинств подобных продуктов: пользователю не требуется устанавливать дополнительное программное обеспечение на свой компьютер, экономичность и оперативность. Развитые приложения поддерживают функцию передачи файлов. Кроме

того, эти приложения могут стать дополнительным инструментом сбора и обработки информации о потребностях пользователей.

Как представляется, альтернативой сервисам онлайн-консультирования выступают службы обмена мгновенными сообщениями, или мессенджеры, обеспечивающие общение в режиме реального времени. Приложения, ориентированные на бизнес-коммуникации, ведут полную историю общения сотрудников, доступную для контроля, а локализация в пределах корпоративной сети предотвращает утечку информации.

В качестве примера из практики нашей библиотеки можно привести LAN Messenger. Приложение является свободным программным обеспечением с открытым исходным кодом, для его установки не требуется выделенный сервер и доступ в Интернет, что делает общение независимым от стабильности интернет-канала. Плюсом является понятный интерфейс, небольшой вес приложения. Функционал позволяет вести несколько диалогов параллельно, обмениваться файлами, делать групповые рассылки и т.д.

С точки зрения библиотечно-информационного обслуживания, все упомянутые приложения — это инструменты доставки информации: тематических рассылок, библиографических списков и полных текстов документов в виде присоединенных файлов, справок, сообщений о мероприятиях и т.д., обеспечивающие оперативность и адресность обслуживания. Каждое имеет свои достоинства и недостатки, поэтому лучше использовать их как взаимодополняющие. Так, электронная почта лучше справляется с передачей больших объемов информации, а для диалога (обслуживания в режиме «запрос-ответ», консультирования, оперативного информирования и т.д.) предпочтительно использование системы мгновенного обмена сообщениями.

Сначала в зарубежных, а затем и в отечественных компаниях стало акцентироваться внимание на обеспечении совместной работы в единой среде, формирование которой связывается

прежде всего с созданием корпоративного или интранет-портала. Впервые термин был определен К. Шайлаксом и Д. Тилман как «приложения, которые позволяют компаниям раскрывать информацию, хранящуюся внутри и вне организации, и предоставить каждому пользователю единую точку доступа к предназначенной для него информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений». [5]. Современный корпоративный портал позволяет решить целый спектр информационно-коммуникационных задач: интеграция корпоративных приложений в единое пространство, управление знаниями, организация обучения и совместной работы сотрудников. Портал признается эффективным каналом внутрифирменного информирования: доведения информации о деятельности предприятия, причинах принятия руководством основных решений, выявления мнения и предложений персонала. Здесь библиотека может найти свою нишу, в практике информационных служб есть подобный положительный опыт.

Системы электронного документооборота также ориентированы на формирование единой информационной среды предприятия и эффективное использование корпоративной информации, но акцент здесь ставится на улучшение бизнес-процессов и управляемости предприятия. Как показывает наш опыт, идея построения информационного обслуживания на основе системы электронного документооборота вызывает у сотрудников информационных служб определенный интерес, особенно при отсутствии специализированного библиотечного программного обеспечения.

Одна из главных претензий к интранету со стороны сотрудников — проблема поиска нужной информации. Иногда это проще сделать в Интернете, чем внутри корпоративной сети. Причины этого понятны: неупорядоченная информация не несет никакого полезного содержания. Библиотеки призваны структурировать и систематизировать потоки данных, придавая бесформенным массивам свойства высокоорганизованной материи. [6] Этот тезис справедлив и в отношении НТБ.

С целью сохранения критически важных знаний организации используются Wiki-технологии, когда наполнение корпоративного портала создают сотрудники. Как отмечают специалисты, процесс отчуждения знаний от его носителя очень сложен. Зачастую носитель знания неохотно делится им с другими, расценивая его как некое конкурентное преимущество, которое он может утратить. Отсутствие у персонала мотивации к наполнению базы знаний является серьёзной проблемой, но у информационных работников, как представляется, такая мотивация имеется. Выявление информационных лидеров предприятия, их стимулирование к передаче накопленных знаний — вот перспективные направления для развития библиотеки.

Говоря о каналах продвижения услуг библиотеки, нельзя не затронуть тему социальных медиа, которые признаются эффективным инструментом доведения до широкой аудитории информации об услугах и событиях библиотеки, позволяют увеличить зону обслуживания, способствуют позиционированию библиотеки как современного учреждения. Блогосфера активно осваивается общедоступными и школьными библиотеками, но блоги НТБ предприятий встречаются крайне редко, как и аккаунты в общедоступных социальных сетях. Так, в сети удалось найти один блог — блог НТБ Всероссийского НИИ Рыбного хозяйства и Океанографии, и две страницы в социальной сети ВКонтакте: НТБ Октябрьской железной дороги и Дорожной научно-технической библиотеки Северо-Кавказской железной дороги.

Зарубежные специалисты давно говорят об эволюции интранет-порталов и о социализации бизнеса. В последние годы многие организации осознали преимущества корпоративных соцсетей для коллективной работы и встали на путь к новой модели интрасети, включающей элементы социальных медиа. То же можно сказать и о системе электронного документооборота. Корпоративные медиа, как и общедоступные, улучшают взаимодействие сотрудников, способствуют формированию внутриорганизационных профессиональных сообществ, что,

в свою очередь, является важным фактором эффективного управления знаниями. Для НТБ внутренние социальные медиа — это такая же возможность приближения информационных продуктов и услуг к своему пользователю, как для общедоступных библиотек аккаунт в «Фейсбуке» или «ВКонтакте».

Можно привести примеры успешных отраслевых проектов, имеющих целью повышение эффективности информационного обеспечения. Портал научно-технической информации Госкорпорации «Росатом» — информационная система, созданная в рамках проекта «Система управления знаниями», доступ к которому имеют только сотрудники Госкорпорации и ее организаций. Информационные ресурсы портала включают сводный каталог НТБ отрасли, ведомственные издания, материалы научно-технических мероприятий, оцифрованные документы из архивов организаций, корпоративную Википедию НТИ, результаты текущих НИОКР и т. д. Через портал реализована организация корпоративной подписки. Функциональные возможности портала предлагают пользователям современные поисковые сервисы, сервисы «Календарь научно-технических мероприятий», «Личный кабинет» и др. В рамках «Системы управления знаниями» создана социальная сеть научных экспертов атомной отрасли.

Следующий пример — портал объединённой электронной научно-технической библиотеки ОАО «РЖД», функционирующий в Интранете компании. Цель создания портала − оповещение о новых поступлениях, оперативное информационное обеспечение специалистов, распространение передового опыта, информирование об инновационном развитии компании. Сводный каталог НТБ ведомства позволяет читателям получить перечень литературы по интересующей их теме и реквизиты библиотеки, где хранится нужная ему книга. Фрагмент или отдельную статью из журнала пользователь может заказать по электронной почте или, позвонив в библиотеку-держательницу издания, и получить в электронном виде. В корпоративной сети функционируют виртуальная справочная служба и библиотечные блоги.

К сожалению, нет возможности детально изучить упомянутые системы, т.к. доступ к ресурсам предоставляется только сотрудникам.

**Вместо заключения**

Замечено, что чем больше ориентирована библиотека на определенную аудиторию, тем у́же у неё поле для маневра, а значит – сложнее выжить. Библиотеки предприятий оказались не в самом выигрышном положении, но многое зависит от библиотечных работников, их умений, инициативы.

Из личного опыта, общения с коллегами и публикаций можно сделать вывод, что сотрудники НТБ осознают свои слабые стороны: устаревание фондов, ослабление связи с подразделениями и снижение посещаемости, снижение мотивации и квалификации самих библиотечных специалистов и др. Многие работники НТБ имеют заниженную самооценку. А ведь им необходимо взять на себя роль информационного лидера, способного принимать самое активное участие в создании единой информационно-коммуникационной среды организации.

Огромное значение имеют компетенции библиотечного специалиста, который должен обладать навыками работы с электронными ресурсами, работы в информационных системах и сетях не только на уровне пользователей, но превосходить их. В упомянутой Госкорпорации «Росатом» большинство сотрудников отделов по работе с научно-технической информацией (библиотекарей, архивистов) до сегодняшнего момента работали в традиционной логике и умели правильно составлять библиотечные или каталожные описания. Но в настоящий момент только этого недостаточно. Теперь их задача – «управление научно-техническим контентом». А это требует приобретения новых компетенций. [7, с. 83]

В данном случае руководство, заинтересованное в успешной реализации проекта, организовало обучение кадров под конкретные задачи. Для сотрудников библиотек предусмотрены обучающие программы по оцифровке документов, созданию и использованию ресурсов портала. Но это скорее исключение, чем правило. Зачастую из-за нежелания руководства

предприятий выделять средства на обучение сотрудников библиотек, последние не имеют возможность повышать квалификацию. Значит, что должна быть сильная мотивация к развитию и самообучению.

Информационно-коммуникационная среда каждого предприятия является уникальной, со своими характеристиками: организационной структурой и структурой бизнес-процессов; уровнем технической оснащенности; квалификационными, возрастными и другими характеристиками персонала; организационной культурой и т.д. Если провести сравнительный анализ предприятий в плане того, какое количество каналов включено в активный процесс коммуникации, то можно получить совершенно разную картину. И процент соотношения традиционных и современных (электронных, сетевых) каналов передачи информации будет существенно различаться. В тоже время, число каналов стремительно расширяется, появилось понятие «коммуникационного хаоса», отражающее избыток средств коммуникации. Роль библиотекаря как навигатора, консультанта, помощника в этих условиях очень важна.

Для библиотеки требованием сегодняшнего дня является использование всех доступных каналов коммуникации. Конечно, стратегия развития библиотеки является зависимой от стратегии предприятия, подчинена ей, но даже небольшая библиотека, функционирующая в условиях ограничений, может найти свой путь. У нее просто нет другого выбора.

**Примечания:**

1. Woods Bill M. The Special Library Concept of Service // American Libraries. 1972. Vol. 3, № 7. P. 758–768.
2. Берестова Т. Ф. Единство информационного пространства и роль государства в его достижении // Вестник ЧГАКИ. 2006. № 1 (9). С. 74–85.
3. Кий М. И. Информационные технологии в изучении информационных потребностей пользователей // Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций : XI Всерос. научно-практ. конференция «Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов», 2–3 ноября 2016 г., Санкт-Петербург.

Санкт-Петербург : ЦГПБ им. В. В. Маяковского, 2016. С. 266–272.

4. Храмцовская Н. Проблемы управления электронной почтой в деловой деятельности организации // Секретарь-референт. 2012. № 11. С. 27–33.
5. Shilakes Christopher C., Tylman Julie. Enterprise Information Portals (Цит. по: Басыров Р. И. 1С-Битрикс : Корпоративный портал. Повышение эффективности компании. Санкт-Петербург : Питер, 2010. С. 16).
6. Канн С.К. Электронные ресурсы библиотечного сайта в общей структуре Интернет-пространства [Электронный ресурс] // Автоматизированные библиотечно-информационные системы в библиотеках вузов : теория и практика выбора, внедрения и использования. Новосибирск, 2006. URL: http://www.prometeus.nsc.ru/works/elibres.ssi.
7. «Росатом» делится знаниями : knowledge management в высокотехнологичных компаниях / Першуков В. А. [и др.]. Москва : НИУ ВШЭ : Гос. корпорация «Росатом», 2012. 152 с.

**С. В. Савкина,**
*доцент Кемеровского государственного института культуры*

## Интерактивные мультимедийные продукты в библиотечном обслуживании

О возможностях использования интерактивных мультимедийных продуктов в библиотечной практике. Проводится сравнение традиционных интерактивных форм работы и мультимедийных интерактивных продуктов. Описаны результаты анализа интерактивных мультимедийных продуктов, размещенных на сайтах библиотек России. Рассмотрены типы вопросов мультимедийных викторин, представленных на сайтах детских библиотек.

Ключевые слова: мультимедийные продукты библиотек, интерактивная мультимедийная викторина, библиотечные сайты, детские библиотеки

**Svetlana Savkina**

## Online multimedia resources for information service

The article presents the specific characteristics of library multimedia products. Analysis of online multimedia resources on library websites. The types of multimedia quizzes questions on children library websites.

Key words: multimedia products of library, interactive multimedia quiz

Понятие «интерактивное обслуживание» связано с термином «интерактивность», который происходит от заимствованного из английского языка глагола interact — общаться, взаимодействовать с кем-либо или с чем-либо при этом подразумевается, что взаимодействующие стороны должны оказывать влияние, воздействие друг на друга. Проведенный нами терминологический анализ показал, что понятие «интерактивность» употребляется преимущественно в отношении электронных продуктов и понимается как взаимодействие пользователя и системы, при помощи программных и технических средств. Проанализированные определения подчеркивают характер взаимодействия в электронной среде. Следует отметить, что интерактивность присуща не только электронным продуктам, но и традиционным формам работы, предполагающим взаимодействие участников процесса. Так, диалоговые формы работы также можно отнести к интерактивным, поскольку они предполагают общение и взаимодействие с пользователем.

Определения понятия «интерактивное обслуживание» в публикациях по библиотечной деятельности выявлено не было. В то же время, данное понятие зафиксировано в ГОСТ Р 53368-2009: «Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии», в котором интерактивное обслуживание определяется как заочное обслуживание потребителей с использованием сети Интернет. Согласно данному ГОСТ интерактивное обслуживание осуществляется через взаимодействие пользователя (потребителя) с организацией посредством электронной почты и sms.

Анализ профессиональной периодической печати показал, что понятия «интерактивные формы обслуживания», «дистанционное обслуживание» и «использование технологий мультимедиа» и их производные используются авторами без разграничения их специфики, зачастую подменяя одно понятие другим. В примерах форм интерактивного обслуживания приводятся различные библиотечные мероприятия, организованные с использованием средств мультимедиа и информационно-коммуникационных технологий, но, как показывает анализ термина

«интерактивность», описываемые мероприятия мы можем отнести к интерактивным формам и без использования в них средств мультимедиа.

В то же время не все мультимедийные продукты, используемые в библиотечной практике, являются интерактивными, т.к. далеко не каждый из них обладает возможностью взаимодействия с пользователем. Таким образом, под интерактивностью мультимедийного продукта можно понимать возможность управления человеком мультимедийной информацией в режиме диалога.

Приведем пример такого мультимедийного библиотечного продукта как электронная выставка. При организации представленной информации в виде простого текстового описания, сопровождаемого иллюстрациями и иногда аудио рядом, без возможности пользователя каким-либо образом взаимодействовать с продуктом, выставка не будет являться интерактивной. В то же время, электронные выставки, в которых пользователь проявляет себя как активный участник, обладают признаками интерактивного продукта.

Наиболее ярко это проявляется в выставках, сопровождающихся сложной гипертекстовой структурой, играми, викторинами, возможностью ведения диалога, дополнительными сервисными возможностями. Традиционные библиотечные выставки также могут быть интерактивными, сюда можно отнести диалоговые выставки (например, выставка-дискуссия), игровые выставки (например, выставка-кроссворд, выставка-конкурс).

Игра как пример интерактивного библиотечного обслуживания особенно популярна в детских библиотеках. Элементы игры присутствуют в библиотечных мероприятиях, ориентированных на детскую аудиторию, оформлении справочной продукции библиотек (например, памятка-лабиринт), и, конечно же, в мультимедийных продуктах библиотеки.

Рассмотрим достоинства и ограничения интерактивных мультимедийных продуктов в сравнении с традиционными

интерактивными формами работы. В первую очередь, непосредственное взаимодействие пользователя с продуктом способствует лучшему запоминанию информации, что особенно актуально для мультимедийных продуктов, направленных на образование и самообразование пользователя.

Оригинальный способ подачи информации (например, в форме игры) способствует повышению к ней интереса пользователей, а также повышению популярности чтения и имиджа библиотеки. Мультимедийный продукт, предполагающий выполнение пользователем каких-либо действий, способствует получению им положительных эмоций, которые затем переносятся и на рекомендуемые документы.

Помимо представленных достоинств мультимедийным интерактивным продуктам присущи и другие особенности, характерные для всех мультимедийных продуктов (Таблица 1).

| **Признаки сравнения** | **Традиционные интерактивные формы** | **Мультимедийные интерактивные продукты** |
|---|---|---|
| Форма представления | Может выступать как самостоятельной формой, так и частью комплексного мероприятия | Мультимедийный продукт, предполагающий взаимодействие с пользователем, обладающий сложной гипертекстовой структурой, навигацией, содержит текст, статичную и динамичную графику, аудио и видеофрагменты, возможно игры. Широкие возможности мультимедиа. |
| Интерактивные возможности | Интерактивность проявляется во взаимодействии аудитории и ведущего; предполагает активное участие зрителей в предлагаемых заданиях. | Возможность взаимодействия с пользователем и получения им обратной связи в зависимости от совершенного действия. |
| Дополнительные возможности оформления | Материальные предметы, абстрактные понятия, театрализация, иллюстрации, фрагменты аудио и видео сопровождения, мультимедийные презентации и т.д. | 3D графика, использование анимации, аудио и видеоряд, увеличение изображения, анимация, широкие возможности средств мультимедиа и компьютерной графики. |

| | | |
|---|---|---|
| Доступность | Доступен определенной группе в определенное время, связанное с организацией и проведением мероприятия. | Доступен в любое время каждому пользователю сети Интернет; отсутствует необходимость пользователя в посещении библиотеки. |
| Круг пользователей | Доступен только посетителями мероприятия, зависит от возможности помещения библиотеки, от целевого назначения мероприятия определенной группе пользователей. | Доступен всем пользователям, имеющим доступ к сети Интернет. |
| Материально техническое и программное обеспечение | Необходимость соответствующего реквизита, костюмов, мультимедийного оборудования, а также реальных призов для участников. | Необходимость компьютерной техники и соответствующего программного обеспечения для создания и просмотра. |
| Дополнительные возможности | Получение оперативных индивидуальных консультаций библиотекаря, оперативное обращение к первичным документам; возможность адаптации мероприятия к условиям библиотеки. | Возможность оперативного перехода на дополнительные ресурсы, размещенные в сети интернет, возможность написания отзывов и комментариев; способность трансформации в другой информационный продукт; возможность внесения изменений. |
| Трудозатратность | Проведение интерактивного мероприятия требует значительных трудозатрат со стороны библиотекаря, как правило, в подготовке и проведении задействовано несколько человек. | Может быть разработан одним сотрудником. |

*Таблица 1. Сравнение традиционных интерактивных форм работы и мультимедийных интерактивных продуктов.*

Рассмотрим интерактивные мультимедийные продукты, представленные на сайтах детских библиотек. Всего проанализировано 104 сайта детских библиотек и библиотек для детей и юношества разного уровня и ведомственной принадлежности, доступных через информационно-справочный портал «Library.ru». Анализ проводился в период июнь-август 2017 г. Следует отметить, что далеко не все библиотеки размещают на своих сайтах интерактивные мультимедийные продукты. Как правило, это краевые, областные и крупные городские библиотеки. На сайтах библиотек-филиалов и библиотек небольших населенных пунктов мультимедийные интерактивные продукты представлены в единичных случаях.

Наиболее популярными являются такие интерактивные мультимедийные продукты как *электронная интерактивная выставка, мультимедийный интерактивный путеводитель, мультимедийная интерактивная викторина, виртуальная экскурсия* (Рис. 1).

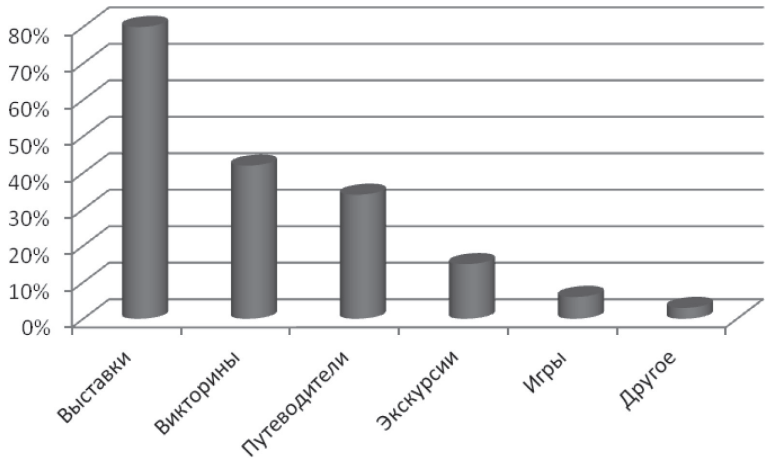



*Рис. 1. Виды интерактивных мультимедийных продуктов на сайтах детских библиотек (по данным исследования за июнь — август 2017 г.).*

Среди представленных мультимедийных продуктов только треть являются интерактивными. Так, например, электронные выставки размещены на 80% сайтов анализируемых библиотек, но лишь 26% из них являются интерактивными, т.е. предполагают диалоговое взаимодействие с пользователем (Рис. 2). Это же характерно и для других мультимедийных продуктов. Например, экскурсия может быть представлена только статичной сменой фотографий, а путеводитель — иллюстрированным списком без гиперссылок, около половины викторин представляют собой перечень вопросов, ответы на которые пользователь присылает по почте.

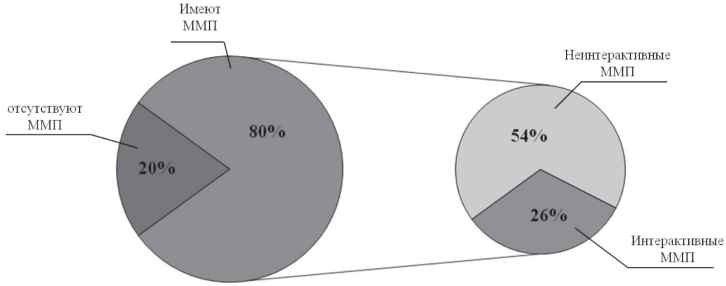



*Рис. 2. Интерактивные мультимедийные продукты на сайтах детских библиотек.*

Рассмотрим примеры реализации интерактивных возможностей в анализируемых мультимедийных продуктах. Для каждого мультимедийного продукта характерны свои интерактивные возможности. Так, для путеводителя обязательно наличие гиперссылок, обеспечивающих переход к описываемым ресурсам. Виртуальная экскурсия представляет собой трехмерное изображение, где с помощью мыши или клавиатуры пользователь, полностью контролируя движение, может просматривать пространство вокруг себя, приближать и удалять предметы и объекты, рассматривать детали или изучать общий план. Интерактивная электронная выставка представляет собой возможность перемещения пользователя по страницам и разделам

в произвольном порядке. Например, кликнув на изображение персонажа, просмотреть подробнее информацию о нем, послушать его голос, перейти на сайт писателя или посмотреть экранизацию произведения. Кроме того, выставка может дополнительно включать в себя и интерактивную викторину, которая может быть представлена и как самостоятельный мультимедийный интерактивный продукт. Мультимедийная викторина является комплексной формой, интегрирующей различные варианты взаимодействия с пользователем. Среди анализируемых викторин были выявлены следующие типы заданий:

1. кроссворд, предусматривает заполнение буквами перекрещивающихся рядов клеточек так, чтобы по горизонталям и вертикалям получились заданные по значениям слова; кроссворд в интерактивных викторинах на сайтах библиотек представлен тремя видами:

   а) кроссворд, предполагающий самостоятельное заполнение пользователем ответов на задания и цветовым выделением верных и неверных ответов;

   б) кроссворд, предполагающий выбор ответа пользователем из предложенных вариантов, где при правильном ответе результат автоматически заполняется в поле кроссворда;

   в) кроссворд на самостоятельную проверку знаний, в котором не реализована возможность ввода или выбора ответа, но есть возможность просмотра правильного ответа, который автоматически заполняется в поле кроссворда при нажатии кнопки «узнать ответ»;
2. ребус, предусматривает загадку, в которой слово или фраза изображены в виде рисунков в сочетании с буквами, цифрами и другими знаками, где правильный ответ также вписывается в поле, аналогично кроссворду;
3. выбор варианта ответа из нескольких, в этом случае пользователь получает 2 или более варианта ответа;
4. задания с демонстрацией видеофрагментов и воспроизведением аудио;

5. задания в форме демонстрации фрагмента изображения, когда по части рисунка нужно узнать целое: известную картину, обложку книги, портрет персонажа или др.;
6. задания, реализованные посредством имитационной интерактивности, которые предполагают выполнение сюжетных заданий, имитирующих действия персонажа игры; например, выбор одежды для героя, выбор диалоговой реплики и др;
7. игры-пазлы; предполагают составление целого изображения из фрагментов;
8. игры на соответствие, предполагающие перетаскивание элементов из разных категорий;
9. игры-раскраски предполагают заполнение цветом предлагаемого изображения;
10. поиск предметов, предлагает поиск требуемых предметов;
11. игры-«бродилки», предполагающие перемещение персонажа по локациям.

Наиболее распространенными являются такие типы заданий как выбор из множества (75%), кроссворд (31%), демонстрация фрагмента (29%) (Рис. 3). Многие викторины сочетают в себе различные типы заданий.

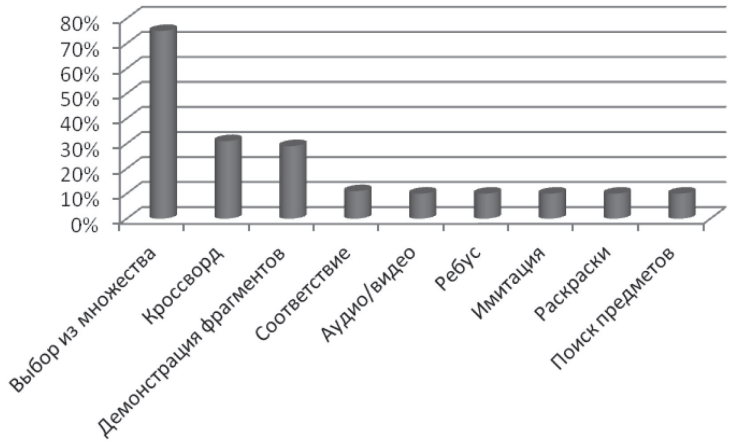



*Рис. 3. Типы заданий мультимедийных интерактивных викторин на сайтах детских библиотек.*

Проанализировав опыт детских библиотек России можно отметить использование разнообразных типов заданий интерактивных мультимедийных викторин, в то же время, библиотеки используют преимущественно простые в технической подготовке задания.

Более сложные в технической реализации типы заданий, требующие знания программного обеспечения и навыков работы, реже используются в интерактивных мультимедийных продуктах. Это свидетельствует о необходимости обучения библиотечных специалистов технологии их создания.

Проведенный ранее (2016 г.) анализ показал, что несмотря на растущую популярность интерактивных мультимедийных продуктов, существуют типичные ошибки, встречающиеся у представленных викторин. Среди них можно отметить:

1. отсутствие отзыва с правильным ответом в случае неверного ответа;
2. отсутствие комментариев после ответа на вопрос и / или после завершения всей викторины;
3. отсутствие красочного оформления викторины, привлекающего внимание, викторина представляет собой текстовый перечень вопросов с перечислением вариантов ответов;
4. в противоположность предыдущей ошибке можно отметить избыток анимационных эффектов некоторых викторин, отвлекающий от чтения вопроса;
5. ошибки в навигации при помощи кнопок перехода, например, после отзыва, что ответ верный, кнопка «далее» не переходит к следующему вопросу, а отсылает на слайд с демонстрацией комментария на неверный ответ.

Несмотря на выявленные ошибки, мультимедийные викторины вызывают интерес у современного пользователя. В то же время, следует отметить, что актуальной научно-практической задачей является оценка качества мультимедийных викторин.

Активно развивающееся дистанционное библиотечное обслуживание с использованием информационно-коммуникационных технологий, трансформация традиционных форм в мультимедийный формат способствует развитию интерактивных

мультимедийных форм, а также позволяет привлекать пользователей и увеличить спрос на документы. Игровые формы работы с читателями могут быть особенно актуальны для детской и молодежной аудитории. Кроме того, разработка и проведение мультимедийной интерактивной викторины является экономически выгодным менее трудозатратным процессом, чем проведение традиционного библиотечного мероприятия.

**Примечания:**

1. Савкина С. В. Мультимедийные викторины как информационный продукт библиотеки // Библиотека традиционная и электронная : смыслы и ценности : межрегиональная научно-практическая конференция (Новосибирск, ГПНТБ СО РАН, 4–6 октября, 2016). 2016. 12 с. URL: http://conf.nsc.ru/LIS-2016/ru/reportview/333369.

**Н. В. Морозова,**
*зам. декана факультета документных коммуникаций,*
*Орловский государственный институт культуры*

## Информационные потребности пользователей в интегрированном доступе к информационным ресурсам институтов памяти по теме «Великая Отечественная война»

Результаты изучения потребностей различных групп пользователей в доступе к электронным информационным ресурсам, фондам музеев, архивов, библиотек по теме «Великая Отечественная война» с помощью методики анкетирования.

**Ключевые слова:** информационные потребности, потребители информации, Великая Отечественная война, архивы, музеи, библиотеки, институты памяти, интеграция информационных ресурсов, исторические интернет-ресурсы

**Natalia Morozova**

## Users information needs of integrated access to information resources about the Great Patriotic war

The article gives an analysis of users requirement of access to «The Great Patriotic war» resources including museums, archives and libraries funds.

**Key words:** information needs, users, the Great Patriotic war, archives, museums, libraries, integrated information resources, historical websites

Формирование информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, обеспечение высокого уровня доступности информации для пользователей различных институтов памяти и представление качественных услуг по удовлетворению информационных потребностей пользователей — одна из приоритетных задач современного общества. Безусловно, что для основных институтов памяти, непосредственно работающих с документными ресурсами, важно их использование не только в традиционном, но и электронном виде. При этом Интернет, составляющий фундамент информационного общества как неотъемлемой части глобальной информационной инфраструктуры, позволяет расширить границы читальных залов до размеров всемирной паутины. С одной стороны, это обеспечивает сохранность подлинников документов, с другой, делает информацию, заключенную в них, достоянием всего человечества.

С целью изучения потребностей пользователей в информации по теме «Великая Отечественная война», представленной в электронной форме, проведено анкетирование. В качестве респондентов выбраны студенты высших учебных заведений, аспиранты, исследователи по теме «Великая Отечественная война», сотрудники образовательных учреждений высшего звена и сотрудники учреждений культуры (библиотек, архивов, музеев). Было опрошено 220 человек. Анкетирование проводилось на базе следующих учреждений:

- ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»;
- ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева»;
- Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС;
- БУОО «Государственный архив Орловской области»;
- Орловская областная научная универсальная публичная библиотека им. И. А. Бунина;
- Военно-исторический музей;
- БУКОО «Орловский краеведческий музей»;
- ОБУК «Курчатовский краеведческий музей»;
- Музей партизанской славы «Большой дуб».

В соответствии с целью исследования были разработаны критерии оценки результатов:

- основные категории пользователей, работающих с информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война»;
- необходимость обращения и наличие интереса пользователей к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война»;
- периодичность обращения к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война»;
- заинтересованность пользователей в использовании электронных ресурсов по теме «Великая Отечественная война»;
- наличие осведомленности о существовании специализированных сайтов и порталов, предоставляющих доступ к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война»;
- удовлетворенность пользователей поисковыми средствами и содержанием специализированных сайтов и порталов;
- дефицит информации по теме «Великая Отечественная война» на имеющихся специализированных сайтах;
- готовность пользователей работать с новым порталом, предоставляющим доступ к информационным ресурсам по теме «Великая отечественная война».

Первый блок вопросов анкеты был направлен на выявление основных категорий пользователей, работающих с информационными ресурсами по теме «Великая Отечественная война» (статус, возраст, пол; см. Рис. 1). При этом необходимо учитывать, что все респонденты в силу образовательной, научной или профессиональной детальности в той или иной степени вынуждены обращаться к документам данной тематики.

Около 62% опрошенных составили женщины. Распределение респондентов по возрастным группам показало, что более половины (54%) из них относится к возрастной группе 17–35 лет, 30% респондентов относится к категории 36–45-летних, 16% составили респонденты старше 45 лет.

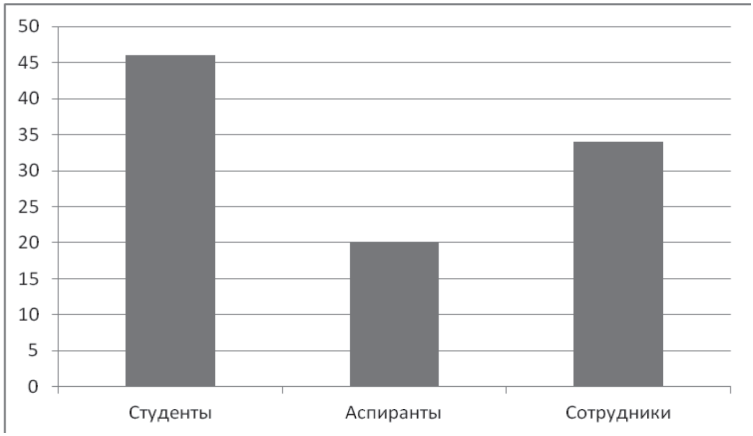



*Рис. 1. Распределение респондентов по роду занятий (ответы на вопрос «К какой категории пользователей Вы относитесь?»).*

Второй блок вопросов анкеты касался периодичности обращения к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война» и заинтересованности пользователей в информационных ресурсах в электронной форме (Рис. 2).

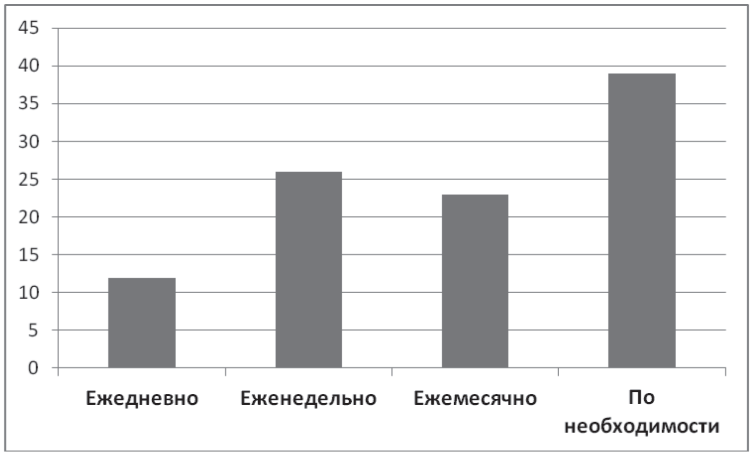



*Рис. 2. Распределение респондентов по частоте обращения к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война».*

При ответе на вопрос о предпочтениях вида информационных ресурсов 64% выбрало электронные, 30% — печатные, 6% выбрали категорию «Другие». При этом о готовности работать с электронными ресурсами по теме заявило 73% опрошенных, четверть респондентов (26%) отметила свою неготовность, 1% ответов пришелся на категорию «Другой вариант».

Третий блок вопросов был направлен на выявление осведомленности респондентов о существовании специализированных сайтов и порталов, предоставляющих доступ к информационным ресурсам по теме «Великая Отечественная война», на выявление удовлетворенности пользователей их содержанием и поисковыми средствами. На вопрос «Знакомы ли Вы со специализированными сайтами и порталами по теме «Великая Отечественная война»: ОБД “Мемориал” и “Память народа”?» 63% опрошенных ответили положительно, 14% отметили свое незнание ресурсов, а 23% сообщили о пользовании другими ресурсами. На вопрос о степени успешности поиска информации по теме Великой Отечественной войны на специализированных сайтах и порталах большинство респондентов ответило положительно (см. Рис. 3).

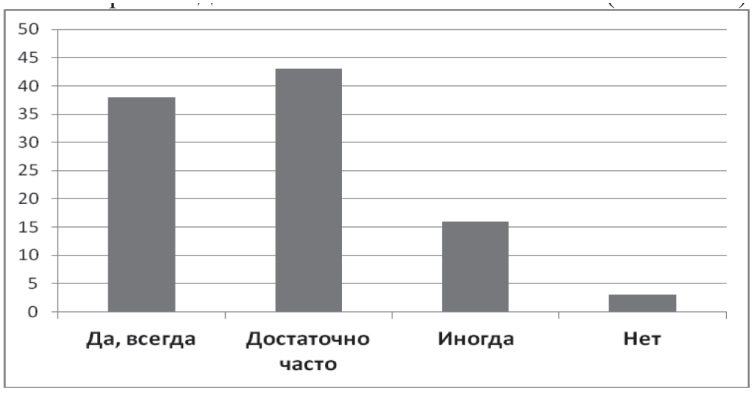



*Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Находите ли Вы необходимые материалы на специализированных сайтах и порталах по теме “Великая Отечественная война”?».*

На вопрос о том, возникает ли необходимость обращаться за информацией по теме в такие институты памяти, как архивы, библиотеки, музеи, около половины опрошенных ответило отрицательно, остальные отметили возможность такого обращения (см. Рис. 4).

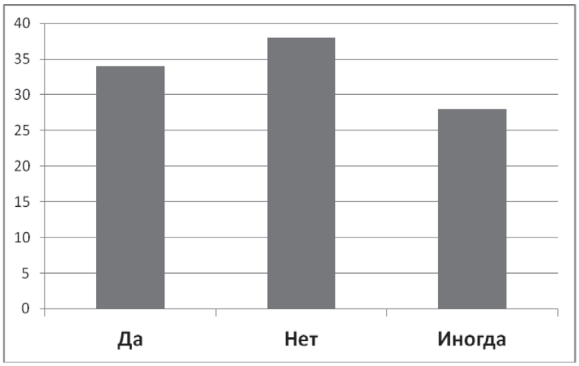



*Рис. 4. Распределение ответов на вопрос о необходимости обращения в библиотеки, архивы, музеи за информацией о Великой Отечественной войне.*

Отдельный вопрос касался цели обращения к электронным информационным ресурсам (см. Рис. 5).

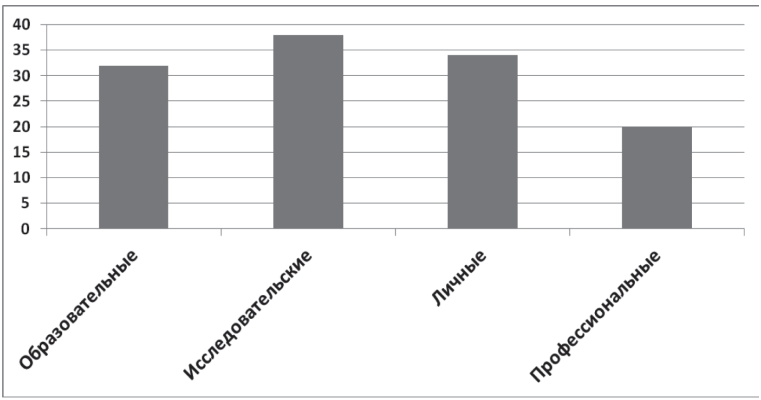



*Рис. 5. Распределение ответов на вопрос о цели обращения к информационным ресурсам.*

На вопрос о том, удовлетворяют ли пользователей результаты поиска материалов по теме на специализированных сайтах и порталах, 43% респондентов ответило положительно, 16% отметило «Не всегда», а 41% ответило отрицательно.

На вопрос, о том, фонды каких институтов памяти наиболее удовлетворяют информационные потребности по теме «Великая Отечественная война», 32% опрошенных ответили «Архивы», 20% выбрали библиотеки, 18% — музеи, а 30% выбрали ответ «Сайты и порталы».

На вопрос, какими средствами поиска пользуются респонденты при работе с материалами специализированных сайтов и порталов по теме «Великая Отечественная война», были получены следующие ответы (см. Рис. 6).

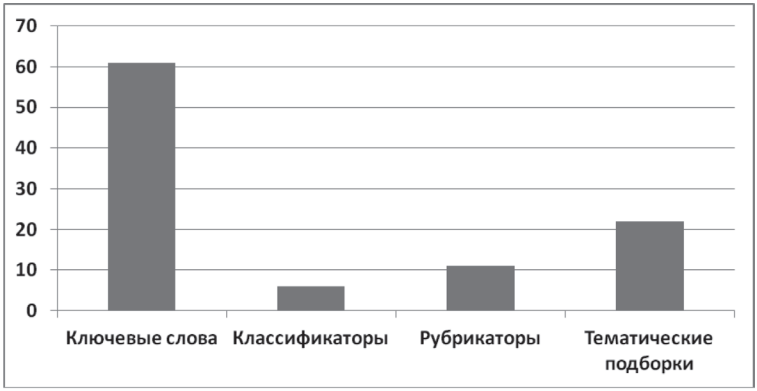



*Рис. 6. Предпочитаемые пользователями средства поиска при работе с материалами специализированных сайтов по теме «Великая Отечественная война».*

Четвёртый блок вопросов был направлен на выявление недостатков в поисковых средствах и содержании на существующих специализированных сайтах, а также на изучение готовности пользователей обращаться за необходимой информацией на новый портал по теме «Великая Отечественная война», если в нем будут учтены все выявленные недостатки. По вопросу о необходимых изменениях для специализированных сайтов по

теме «Великая Отечественная война» большая часть опрошенных выбрала «Увеличить объем данных», 37% высказались за повышение точности поиска, 19% отметила необходимость исправления ошибок.

По итогам анкетирования были получены следующие результаты.

1. Основными категориями пользователей, обращающимися и работающими с информационными ресурсами по теме «Великая Отечественная война» являются учащиеся высших учебных заведений по программам бакалавриата и магистратуры (46% респондентов). Большую группу составляют и сотрудники высших учебных заведений, архивов, библиотек и музеев (34% респондентов). При этом преобладают пользователи женского пола в возрасте от 17 до 35 лет.
2. Ежедневно с информационными ресурсами по теме «Великая Отечественная война» работает 12% респондентов, раз в неделю обращается 26%, хотя бы один раз в месяц — 23%. И 39% респондентов используют материалы по теме по необходимости. Несмотря на то, что тема «Великая Отечественная война» является достаточно специфической, нужно отметить высокую частоту обращения к ней. В среднем, 61% респондентов изучает материалы по теме. При этом 64% пользователей предпочитают использовать электронные информационные ресурсы, представленные в виде баз данных, электронных каталогов, сайтов, интернет-порталов и т.д. И ещё 9% респондентов готовы работать с электронной формой документов, но не обладают для этого необходимыми умениями и навыками.
3. Большинство опрошенных пользователей знакомы с такими специализированными сайтами и порталами по теме «Великая Отечественная война», как ОБД «Мемориал» и «Память народа» (63% респондентов), а некоторые знают или использовали другие ресурсы, такие как: «Подвиг народа», «Бессмертный полк», «Память — 57»

(23% респондентов). Необходимо отметить, что при поиске информации на данных ресурсах, основной процент респондентов находит необходимые материалы (38% всегда, 43% достаточно часто, 16% иногда), и только 3% пользователей не находит нужной им информации. При этом найденные материалы удовлетворяют 43% опрошенных, а 41% не доволен найденными информационными ресурсами. Среди специализированных сайтов и порталов наиболее соответствует потребностям пользователей ОБД «Мемориал», реже — «Память народа».

Несмотря на достаточно высокий процент релевантности содержания специализированных сайтов и порталов, у 34% респондентов всегда, а у 28% иногда возникает необходимость обращаться за документами и материалами в архивы, библиотеки и музеи. В первую очередь, это связано с недостаточной оцифровкой уникальных фондов институтов памяти для предоставления к ним широкого доступа через сайты учреждений. При этом 32% опрошенных отметили, что наиболее полно удовлетворяют их информационные потребности по теме фонды архивов, и 30% респондентов — содержание специализированных сайтов и порталов. В целом же, фонды институтов памяти достаточны для 40% респондентов.

Анализ анкет позволил выявить, что 32% респондентов работают с электронными информационными ресурсами по теме «Великая Отечественная война» в образовательных целях, 38% в исследовательских целях, и у 20% респондентов обращение к данным ресурсам вызвано производственной необходимостью. Достаточно высокий процент пользователей обращается с личными целями — 34%, при этом 10% работают с электронными информационными ресурсами только с личными целями, а 24% параллельно с исследовательскими. При этом, несмотря на существующую разветвленную систему справочно-поисковых средств, как в институтах памяти,

так и на специализированных сайтах, наиболее популярным поисковым инструментом остаются ключевые слова. Их использует 61% респондентов.

4. Пользователи, работая со специализированными сайтами и порталами, отмечают недостаточную содержательность сайтов, неточность получаемых результатов при поиске информации и большое количество ошибок, которые зачастую не дают найти необходимые документы. Так 44% респондентов хотели бы, чтоб на сайтах был увеличен объем предоставляемых данных, 37% респондентов повысили бы точность поиска, 19% опрошенных не устраивают ошибки в документах и описаниях.

Необходимо отметить, что 81% опрошенных готовы работать с новым ресурсом по теме «Великая Отечественная война», если в нём будут учтены перечисленные недостатки, 64% всех респондентов считают, что доступ ко всем информационным ресурсам по данной тематике должен осуществляться через единый интернет-портал.

Таким образом, проведенное анкетирование показало устойчивый интерес пользователей к информационным ресурсам по теме «Великая отечественная война», представленным в электронной форме, и наглядно подтвердило мировые тенденции в информационном обслуживании пользователей:

1. ни один институт памяти, даже с самыми богатейшими фондами, не в состоянии удовлетворить потребности современного пользователя;
2. для пользователя более комфортно работать с электронными информационными ресурсами;
3. пользователи предпочитают не повторять многократно один и тоже поисковый запрос в разных системах.

**М. В. Ожиганова,**
*вед. библиотекарь*
**О. М. Громова,**
*специалист по библиотечно-выставочной*
*и досуговой деятельности;*
*ЦРБ им. Н. В. Гоголя*
*ЦБС Красногвардейского района,*
*Санкт-Петербург*

## Опыт Центральной районной библиотеки им. Н. В. Гоголя в продвижении электронных ресурсов среди пользователей

Электронные ресурсы в районных библиотеках. Способы популяризации лицензионных электронных библиотек среди пользователей. Изучение полнотекстовых баз данных зарубежных библиотек. Перспективы развития электронных ресурсов в публичных библиотеках.

**Ключевые слова:** электронные ресурсы, лицензионные базы данных, полнотекстовые базы данных, электронные библиотеки, ЛитРес, Bibliorossica, Grebennicon, EastView, Public.ru, Библиотека Гоголя (Санкт-Петербург), Бостонская публичная библиотека, зарубежный опыт

**Marina Ozhiganova**
**Olga Gromova**

## Promoting digital resources in Central District Library named after N. V. Gogol

Digital resources in district libraries. Methods of promotion licensed digital libraries among users. Studying the full-text data-

bases of foreign libraries. Prospects for the development of digital resources in public libraries.

**Key words:** digital resources, licensed databases, full-text databases, digital libraries, LitRes, Bibliorossica, Grebennicon, EastView, Public.ru, experience of foreign libraries, Boston Public Library

Центральная районная библиотека им. Н. В. Гоголя — это современное пространство для чтения, работы и отдыха. Открывшись в 2013 г. после масштабной реконструкции, библиотека представила читателям актуальное культурное поле, насыщенное яркими литературно-просветительскими мероприятиями. Тенденция модернизации проектной деятельности и нестандартный подход к работе отразились на поиске новых форм презентации электронных ресурсов, т.к. одна из приоритетных задач, стоящих перед библиотекой — формирование информационной культуры читателей. Библиотека Гоголя располагает доступом к ряду полнотекстовых баз данных: «ЛитРес», «BiblioRossica» («Библиороссика»), «EastView» («Наука онлайн»), «Grebennicon», «Public.ru». Популяризация ресурсов осуществлялась посредством полиграфической продукции, просветительских мероприятий, виртуального пространства.

В первую очередь, отделами Централизованной библиотечной системы (ЦБС) Красногвардейского района был разработан новый комплект информационных плакатов и брошюр по электронным ресурсам. В основу макетов легли принципы доступности и наглядности, а в качестве визуального оформления выбрана инфографика. Далее было решено запустить серию обучающих мастер-классов по работе в полнотекстовых базах данных для начинающих. Вводная часть каждого занятия состояла из информационного блока о портале Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга (КСОБ СПб), его возможностях и услугах, затем о полнотекстовых ресурсах библиотеки — видах и вариантах доступа к ним,

о способах поиска и использовании навигации и, в целом, о преимуществах пользования электронными библиотеками. После обучающей презентации участникам предлагались задания с пошаговыми действиями в полнотекстовых базах данных. Стоит отметить, что интерес к такому формату мероприятий проявила широкая аудитория: старшеклассники, студенты, представители профессиональных сообществ, пользователи пенсионного возраста. Однако для учащихся школ контент оказался сложным для усвоения.

Следующим шагом в продвижении электронных ресурсов было освоение медиапространства социальной сети «ВКонтакте». В рамках постоянной рубрики «Книжный обзор» была подготовлена серия публикаций с подборкой книг и статей из полнотекстовых баз данных. На протяжении 2016–2017 гг. один раз в две недели размещались сообщения, раскрывающие виртуальный фонд того или иного электронного ресурса. Отслеживание востребованности по данной информации велось посредством фиксации откликов «Мне нравится» и наличия форм обратной связи. На данный момент вышли публикации с подборкой книг из библиотеки «ЛитРес» (605 откликов) и «BiblioRossica» (76 откликов). Также размещены списки научных статей ресурсов «Grebennicon» (36 откликов) и «Наука Онлайн» («EastView») (24 отклика). Полученные результаты свидетельствуют о том, что наибольшую заинтересованность среди пользователей вызывает библиотека «ЛитРес», среди плюсов которой — широкий спектр популярных изданий, оперативное появление новинок практически одновременно с запуском продаж бумажных книг, наличие аудиокниг, различные виды мобильных приложений. Библиотека «ЛитРес» рассчитана на массового читателя. Меньшим спросом пользуется универсальный ресурс «BiblioRossica», включающий часть популярных изданий, но, в целом, ориентированный на научное сообщество. Плюсом этой базы являются навигационные возможности — упрощенный поиск изданий, копирование части текста, цитирование, поиск ключевого слова в тексте книги,

наличие мобильного приложения, удаленный доступ для читателя и др. В контексте городской районной библиотеки значительно меньшим спросом пользуются узкоспециализированные ресурсы «Grebennicon» и «Наука Онлайн» («EastView»). Данные полнотекстовые базы удовлетворяют запросы профильных специалистов, также обладают рядом преимуществ — качественное содержание, удобство поиска, возможность скачивания, однако не все публичные библиотеки предоставляют удаленный доступ к этим ресурсам.

Работа по продвижению данных электронных библиотек показала, что, чем более массовым является контент ресурса, тем больше возможностей проведения акций и конкурсов для читателей. В 2016 г. был организован конкурс «Лето с “ЛитРес”» внутри Централизованной библиотечной системы Красногвардейского района, по итогам которого Библиотека Гоголя заняла первое место, зарегистрировав более 180 читателей. В результате количество выдачи электронных книг и посещений на сайте «ЛитРес» увеличилось в два раза. В 2017 г. для читателей была запущена услуга получения логина и пароля от «ЛитРес», не выходя из дома: пользователи Библиотеки Гоголя получили возможность отправления заявки на получение доступа по электронной почте, указав ФИО и номер электронного билета. В настоящее время услуга пользуется большим спросом среди читателей.

В качестве эксперимента был проведен выездной урок в среднем специальном учебном заведении. Для обучающихся была подготовлена презентация по электронным ресурсам и листовки, в которых был наглядно показан способ быстрого поиска необходимых книг и составления списка литературы. Практика выездных образовательных мастер-классов оказалась полезной для учащихся, но выявила сложности в восприятии специфики контента.

Результаты проделанной работы ощутимы в ежедневном взаимодействии с читателями — заметно увеличился спрос пользователей на электронные ресурсы. Однако их содержание

не удовлетворяет потребности и интересы возрастной категории от 14 до 18 лет. В связи с этим, представляется актуальным учитывать интересы широкого круга читателей в перспективах развития доступа к лицензионным базам данных. Свою пользу может принести исследование опыта зарубежных библиотек по развитию информационной среды.

В качестве примера была рассмотрена стратегия Бостонской библиотеки США, согласно которой в направлении развития инновационных технологий уделялось внимание оцифровке книжного фонда, расширению возможностей удаленного доступа читателей к цифровым ресурсам, упрощению навигации, разработке мобильных приложений каталогов и электронных ресурсов, наличию единой поисковой системы. В Бостонской библиотеке, имеющей статус публичной городской, представлен широкий ряд электронных ресурсов. Например, такие сервисы как «Overdrive», «Hoopla» по контенту сходны с русским ресурсом «ЛитРес», сервис «Zinio» — аналог русской версии Интернет-библиотеки СМИ «Public.ru». Также Бостонская библиотека имеет собственные электронные коллекции:

- электронная исследовательская база данных, содержащая научные и специализированные периодические издания, газеты и разнообразный набор отраслевых средств массовой информации;
- онлайн-коллекции библиотеки: книги и манускрипты, старинные выдающиеся издания, карты, гравюры, фотографии, литографии, открытки, стереографии, постеры, аудио и видео.

Примечательно, что контент ресурсов не ограничивается электронными книгами и аудиокнигами — сервисы «Overdrive» и «Hoopla» содержат фильмы, музыку, комиксы, ТВ-шоу. Заведующий отделом обслуживания Бостонской библиотеки Майкл Колфорд в отношении развития электронной среды и оцифровки книжного фонда убежден, что библиотека как учреждение культуры не перестанет пользоваться спросом, так как является социальной средой, где люди встречаются, учатся, посещают мероприятия от лекций, концертов до мастер-классов, и читатели по-прежнему работают с материальными книгами.

Электронные ресурсы — одно из направлений развития информационной инфраструктуры современных библиотек. Однако полнотекстовые базы должны отвечать запросам пользователей. Для этого предлагается расширение контента электронных ресурсов: добавление не только книг и аудиокниг, но и образовательных видео, фильмов, музыки, изображений, а также формирование контента полнотекстовых баз с учетом всех возрастных категорий пользователей библиотеки. Современная библиотека, наряду с книжным фондом, должна обладать массивами качественной структурированной информации в цифровом формате.

**Примечания:**

1. Strategic Planning The BPL Compass // Boston Public Library : official site. URL: http://www.bpl.org/compass/principles/.

**О. О. Семыкина,**
*вед. библиотекарь Библиотеки № 5 им. Н. Рубцова*
*Санкт-Петербурга*

## Создание собственных электронных ресурсов как инструмента привлечения пользователей

Опыт Библиотеки № 5 им. Н. Рубцова по созданию оригинальных электронных ресурсов разных видов, тематики и целевого назначения.

**Ключевые слова:** электронные ресурсы, публичные библиотеки, пользователи библиотек, Библиотека им. Н. Рубцова (Санкт-Петербург), информационное обслуживание, библиотечные инновации

**Olga Semykina**

## Creating own digital resources as an instrument for attracting users

Case of the City Public Library named after N. Rubtsov. Creating original digital resources of different types, themes and purpose.

**Key words:** digital resource, public libraries, users, Library named after N. Rubtsova (St. Petersburg), information service, library innovations

Библиотека № 5 им. Н. Рубцова — одна из крупных и успешных библиотек Невской ЦБС. Поддерживать статус конкурентоспособного информационно-просветительского центра

нам удается, в том числе, и потому, что в работе всех подразделений активно применяются новые информационные технологии. Говоря о собственных электронных ресурсах, мы будем иметь в виду электронный продукт, созданный силами наших специалистов. Сотрудниками библиотеки разработано более 180 электронных ресурсов различных по типу, назначению и уровню сложности.

1. Полнотекстовая локальная электронная база «Рубцовский фонд», представляющая документы литературного музея «Николай Рубцов: стихи и судьба». База ведется с 2010 г., насчитывает более 2000 наименований источников, более 1000 прикрепленных сканированных текстов. Сегодня «Рубцовский фонд» — это уникальный специализированный научно-вспомогательный электронный ресурс, у которого есть постоянная пользовательская аудитория.

2. Мультимедиа-гид по литературному музею «Николай Рубцов: стихи и судьба». Создан в 2017 г. и уже используется в работе. Его необходимость была продиктована увеличением числа экскурсий по музею. Мультимедиа-гид помимо текстовой экскурсии включает в себя аудио- и видеоматериал. Основной текст аудио-экскурсии дополнен фрагментами архивных записей стихов в исполнении поэта Николая Рубцова, песнями на его стихи. Кроме того, посетители музея имеют возможность прослушать и просмотреть музыкальное слайд-шоу на основе работ фотохудожников Юрия Костыгова, Андрея Кошелева, а также посмотреть документально-художественный фильм «Поэт Николай Рубцов», в создании которого библиотека принимала участие.

3. Электронные презентации как обязательное сопровождение всех мероприятий сектора по работе с детьми и юношеством. В активном пользовании — более 100 сценариев культурно-досуговых мероприятий для разных возрастов. Эти ресурсы являются мультимедийной иллюстрацией к текстовой части мероприятий, включают в себя аудио-сопровождение, слайд-шоу, видеофрагменты (нарезка), видеоролики (нарезка + монтаж), гипертекстовые викторины, в том числе интерактивные квесты

с возможностью самостоятельного выбора сценария игры. Грамотное электронное сопровождение позволило сформировать стабильную аудиторию для всех культурно-просветительских мероприятий отдела — как для организованных групп (по заявкам образовательных учреждений), так и для семейных праздников.

4. Электронные книжные выставки. Разработано более 50 ресурсов по различным отраслям знаний. Спектр раскрываемых тем широк: краеведение и история («Блокада Ленинграда в воспоминаниях и дневниках», «Старая Ладога — столица Северной Руси»), наука и техника («Космос: вчера, сегодня, завтра»), филология и фольклор («Нет в мире образней и ярче…», «Преданья старины глубокой») и другие. Электронные выставки художественной литературы в полной мере отражают современный литературный процесс («Новые имена российской литературы», «Королевы детектива», «Современные романы о любви», «Новые книжные серии») и другое.

Толчком для создания электронных книжных выставок в библиотечном пространстве абонемента стало приобретение мультимедийного кресла — стационарного компьютера для читателей. Это оборудование сразу вызвало интерес у всех без исключения посетителей. Его потребовалось наполнить актуальной библиотечной информацией. Электронные выставки мы создаем в программе Power Point. Некоторые из них максимально просты по форме — это презентации с автоматическим или ручным управлением, с аудио-сопровождением, в которых визуальная информация представлена иллюстративным материалом (обложки книг, фотографии и т.д.), а текст состоит из биографической справки об авторах, библиографических описаний, аннотаций и цитат. Есть выставки с мультимедийным наполнением. Например, электронная книжная выставка «Несказанное, синее, нежное…», приуроченная к Всероссийскому Есенинскому дню, помимо основной части (презентация книг), включает в себя шесть видеофрагментов (стихи поэта в исполнении О. Басилашвили, С. Безрукова и других актеров). Но, главным требованием к электронной книжной выставке остается

все-таки не сложная форма, а содержание, полностью раскрывающее заявленную тему.

5. Электронные библиографические указатели. Сотрудниками абонемента для мультимедийного кресла было разработано три тематических указателя, которые актуализируются по мере пополнения фонда. Для удобства пользователей электронные указатели оснащены гипертекстовыми ссылками, позволяющими свободно переходить из раздела в раздел, «пролистывать» информацию о книгах, не вызвавших интереса, и знакомиться с более полным, иллюстрированным описанием привлекших внимание источников. Электронный библиографический указатель позволяет визуализировать библиографические данные о книге. При необходимости в него также могут быть встроены аудио- и видеоэлементы.

6. Тематические музыкальные слайд-шоу. До сих пор существует стереотип о том, что библиотека — это унылое место, где строгие женщины в очках делают замечания всем, кто решается повысить голос до громкого шепота. Мы используем разные средства для того, чтобы этот стереотип разрушить. Фонд организован в соответствии с концепцией распахнутого библиотечного пространства, в открытом доступе к книжному фонду представлены издания последних лет. Ненавязчивое музыкальное сопровождение создает настроение, отсылает к определенному уровню культурного бэкграунда. Посетитель погружается в эмоционально-доброжелательную, приветливую атмосферу. В наших музыкальных слайд-шоу использованы произведения классиков музыки Ф. Шопена, П. Чайковского и др., известные композиции советской эстрады и различных направлений современной музыки. Слайд-шоу загружаются в режиме нон-стоп.

7. Страницы библиотеки в социальных сетях. Библиотека представлена в двух социальных сетях — «ВКонтакте» и «Инстаграм». Ресурсы направлены на решение традиционных задач: информирование о библиотеке и ее событиях, оперативная связь с читателями т.д. К созданию эксклюзивного контента по продвижению чтения активно подключаются пользователи библиотеки. В числе уже опубликованных материалов авторские иллюстрации и цифровая графика.

Создание электронных ресурсов не может быть самоцелью. Новые технологии предлагаются пользователю библиотеки не вместо, а вместе с традиционными формами обслуживания, дополняя их и делая более привлекательными, соответствующими реалиям времени. Остановлюсь подробнее на истории одного из успешных проектов библиотеки — Гостиная «С интересным собеседником».

Проект начался с электронной книжной выставки «Гид по Европе». По разным причинам серия путеводителей в мягкой обложке не была представлена в открытом доступе. Для того чтобы пользователи имели информацию о книгах, была создана простейшая электронная выставка, которая демонстрировалась при проведении информационно-библиографических обзоров. По просьбам читателей она постепенно переросла в полноценный электронный библиографический указатель, не только с текстовым, но и с мультимедийным содержанием. Эта работа получила положительный отклик, читатели выразили готовность принимать участие в разговоре о путешествиях. Вторым этапом продвижения проекта стал фотоконкурс «Из отпуска — электронный фотоальбом». По условиям конкурса, работы на участие принимались как в аналоговом, так и в цифровом виде. Для этих целей была создана тематическая группа в социальной сети «ВКонтакте», зарегистрированные пользователи которой разместили более 200 фоторабот. Участниками конкурса стали жители разных городов России и других стран (Белоруссия, Германия). На странице «ВКонтакте» велось онлайн-голосование и обсуждение работ. А посетители библиотеки имели возможность ознакомиться с конкурсными работами в формате музыкального слайд-шоу, которое демонстрировалось на абонементе. Победители получили возможность выступить перед пользователями библиотеки с рассказами о своих путешествиях. Интересными собеседниками, встречи с которыми сейчас проходятся регулярно, стали профессиональные фотографы, режиссеры, писатели, путешественники-любители с большим стажем и опытом. Все мероприятия проводятся с мультимедийным сопровождением, электронная

презентация позволяет добиться максимальной эмоциональной включенности аудитории, рассказ ведущего становится более объемным и информативно-насыщенным. При этом ни одна встреча в Гостиной не проходит без презентации традиционной книжной выставки по теме мероприятия. На примере истории этого проекта хорошо прослеживаются общие возможности собственных электронных ресурсов для привлечения пользователей:

- при знакомстве с библиотекой пользователь оказывается в современном, комфортном, дружелюбном пространстве;
- визуализированная библиографическая информация воспринимается легче и охотнее, что позволяет библиотеке более полно раскрывать книжный фонд;
- традиционные формы культурно-просветительской работы с использованием электронных ресурсов становятся более привлекательными по форме и более насыщенными по содержанию;
- интерактивные средства позволяют добиться максимальной эмоциональной включенности пользователей, и это позволяет им почувствовать себя активными, имеющими влияние членами читающего сообщества.

В заключение следует отметить, что опыт создания и применения собственных электронных ресурсов пока только нарабатывается. Некоторые из них, рассчитанные на массового пользователя, еще требуют поиска новых форм, не все их возможности раскрыты в полной мере. Другие уже сейчас представляют собой уникальный продукт. Так, полнотекстовая электронная база «Рубцовский фонд» расширяет сферу деятельности библиотеки, превращает ее в специализированный научно-вспомогательный центр современного рубцововедения. Как инструмент привлечения пользователей, собственные электронные ресурсы разных типов уже доказали свою состоятельность. Их создание сегодня — обязательная составляющая работы по всем целевым программам и проектам нашей библиотеки.

**М. И. Кий,**
*доцент СПбГИК*

## Изучение целевой аудитории в виртуальной среде

Особенности изучения целевой аудитории библиотек в виртуальной среде. Представлены основные методы и инструменты для проведения исследований.

**Ключевые слова:** целевая аудитория, изучение читателей, пользователи библиотек, информационные технологии, социальные сети

**Marina Kii**

## How to study the target audience on Social Media

Main features of studying the libraries target audience in virtual environment. The methods and tools for the target audience research are presented.

**Key words:** target audience, readership, library users, information technologies, social media

Изучение целевой аудитории, читателей является базовым направлением в деятельности любой библиотеки. Это направление закладывает основу для всей дальнейшей деятельности библиотеки: формирование фонда (разработка и корректировка планов комплектования), информационное обслуживание, деятельность по продвижению чтения и услуг библиотеки и др.

В рамках данного направления был разработан набор методов и инструментов, позволяющих изучать читателей и их информационные потребности:

- специальные библиотечные: анализ читательских формуляров, читательских запросов, дневников наблюдения (при изучении групп читателей);
- общенаучные методы: наблюдение, анкетирование, опрос, беседа, интервью, экспериментальные методы.

Надо отметить, что данные методы являются устоявшимися и проверенными временем. Существуют только некоторые особенности изучения читателей в разных библиотеках. Если для общедоступных библиотек было приоритетным изучение именно целевой аудитории (читательского контингента), то в работе научно-технических библиотек и библиотек предприятий — приоритетным было изучение информационных потребностей конкретного специалиста и коллективных потребностей специалистов предприятия в целом. Соответственно и методы изучения выбирались под данные цели и задачи — индивидуальные или групповые. [1]

Однако на сегодняшний день целевая аудитория библиотеки не ограничивается людьми, имеющими читательский билет на руках. Библиотеки активно представляют свои интересы в виртуальной среде, расширяя границы своего влияния и круг своей аудитории. Сложность заключается в том, что далеко не все известные методы изучения целевой аудитории работают в виртуальной среде. Здесь действуют иные законы и механизмы, пришедшие, в основном, из маркетинга.

Сменился также ракурс исследований. Главной задачей изучения реальных читателей всегда было выявление их информационных потребностей и, в этой связи, корректировка деятельности библиотеки по информационному обслуживанию. Деятельность библиотеки в виртуальной среде — это скорее деятельность по продвижению услуг библиотеки, ее рекламе и маркетингу. Знание виртуальной целевой аудитории позволяет библиотеке найти «свою площадку» или нишу, способствует эффективной PR и рекламной деятельности, формированию

контента интернет-ресурса. Изучение именно информационных потребностей отходит на второй план.

При проведении исследований виртуальной аудитории, следует обратить внимание на ее особенности.

1. *Анонимность пользователей.* В отличие от реальных читателей, библиотека мало владеет содержательной информацией о виртуальных пользователях, кроме того, что может дать веб-статистика: пол, возраст, география. Надо отметить, что и эти данные нельзя считать верными на 100%, т.к. интернет-среда позволяет пользователю представиться тем, кем он хотел бы быть, а не тем, кем являемся на самом деле.
2. *Поведение в сетевой среде.* В изучении виртуальных пользователей может быть добавлен еще один аспект — информационное поведение или поведение пользователя в сетевой среде. Согласно мнению психологов, в зависимости от поведения в виртуальной среде можно выделить несколько типов личности: автор, коммуникатор, потребитель и навигатор [2]:
   - автор — производитель информации;
   - коммуникатор — активный инициатор любого общения, а, соответственно, и пользовательского контента (комментарии, сообщения);
   - потребитель — другими словами, это просто читатель, который активно пользуется возможностями виртуальной среды, но не слишком активно участвующий в их создании, распространении или оценке;
   - навигатор — участвует в распространении информации, может быть участником уничтожения или повреждения информации (хакерство).

Некоторые из этих типов могут стать серьезными помощниками в продвижении библиотечного аккаунта или ресурса.

3. *Мобильность целевой аудитории.* Пользователи активно и легко подписываются на интересные аккаунты, однако, с такой же легкостью они их покидают. Не следует

списывать со счетов и моду на ту или иную площадку. Еще недавно, очень активно развивались блоги, сегодня их практически вытеснил «Инстаграм» и другие более мобильные приложения. Аудитория «кочует» с одной платформы на другую. Следовать ли за ней? Решение за библиотекой.

4. *Уровень виртуализации.* Целевая аудитория неоднородна как в реальной, так и виртуальной среде. Для детализации портрета целевой аудитории применяется метод сегментации: деление ее на группы по схожим признакам, например, образование, уровень дохода, пол, возраст и др. в зависимости от поставленных целей исследования. В виртуальной среде пользователи библиотеки приобретают и дополнительный признак для сегментирования — уровень виртуальности. По данному признаку можно выделить два типа пользователей:
   - реальный читатель библиотеки — пришедший в виртуальную среду из реальной, контактирует с библиотекой как в реальной жизни, так и виртуальной среде;
   - виртуальный пользователь — подписчик библиотечных аккаунтов, но не имеющий реального читательского билета, поддерживает контакт с библиотекой исключительно в виртуальной среде.

Есть еще третий вариант — читатель, предпочитающий только личное взаимодействие с библиотекой, но данная группа не представлена в виртуальной среде.

В связи с данной типологией хочется отметить, что цели обращения к электронным ресурсам и представительствам библиотеки в Сети у них будут разные. Соответственно, и подходы к изучению данных групп, а также к их обслуживанию будут разными.

Основные методы, используемые при изучении виртуальных пользователей:

- методы опроса; эти методы широко используются в виртуальной среде, пользователи активно участвуют в опросах. Однако опрос в виртуальной среде,

социальных сетях приобрел свою специфику — от больших анкет приходится отказываться в пользу опроса на 2–3 вопроса, в этом случае больше шансов получить максимальное количество ответов;

- наблюдение; реализация наблюдения за пользователями и их поведением в Сети сейчас возможна полностью в автоматизированном режиме, оно стоится на анализе так называемых логов (Log) — файлов с записями о событиях в хронологическом порядке (файл регистрации, протокол, журнал). С помощью такого анализа можно отследить длительность пребывания на сайте посетителя, его перемещения и т.д. Таким образом получить данные о поведении пользователя, которое отражает картину реального использования ресурса.

Инструментами изучения целевой аудитории в виртуальной среде являются программные средства. Практически любая платформа для размещения ресурса (веб-сайта, блога) или социальная сеть оснащена встроенной системой сбора статистики. Стандартными показателями можно считать: количество просмотров, количество подписчиков/пользователей, анализ активности пользователей в определенные временные промежутки, перечень ресурсов, с которых идет трафик, наиболее популярные сообщения. Некоторые сервисы могут показать также локацию пользователей (распределение на географической карте), пол, возможно, возраст.

Помимо встроенных существуют и специальные сервисы веб-статистики, возможности которых значительно шире. Многие из них работают на платной основе, некоторые имеют бесплатные пробные периоды. Данные сервисы помогут дополнить портрет пользователя такими характеристиками как: стаж потребления Сети (пользовательский стаж), используемые устройства, основные интересы и даже уровень дохода. Однако все эти данные могут остаться невостребованными в том случае, если нет методики их анализа и стратегии использования. То есть, прежде чем собирать и обрабатывать данные о пользователях,

необходимо четко понимать для чего (каких целей) они будут использованы. Только ли для продвижения услуг библиотеки в Сети и рекламы или и для информационного обслуживания пользователей. Постановка четких целей позволит выбрать оптимальные методы и инструменты изучения целевой аудитории.

**Примечания:**

1. Брежнева В. В. Информационное обслуживание : концепция сервисного развития. Санкт-Петербург, 2006. 332 с.
2. Блохин И. Н. Функции и виды поведения личности в сетевой среде [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация : международный электронный журнал. 2012. № 4. URL: http://mic.org.ru/index.php/new/148-funktsii-i-vidy-povedeniya-lichnosti-v-setevoj-srede.

# Социальные сети как инструмент работы с целевой аудиторией

**Е. А. Яцук,**
*зав. отраслевым отделом*
*по направлению «Юриспруденция»*
*Научной библиотеки им. М. Горького*
*СПбГУ*

## Социальные сети как средство информационного обслуживания обучающихся вуза (на примере отраслевого отдела по направлению «Юриспруденция» Научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ)

Практика информационного обслуживания преподавателей и студентов через официальные группы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» отдела «Юриспруденция» Научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ. Правила публикации сообщений, политика информировании.

**Ключевые слова:** социальные сети, ВКонтакте, Facebook, университетские библиотеки, вузовские библиотеки, Научная библиотека им. М. Горького СПбГУ, информационное обслуживание, информирование

**Ekaterina Yatsuk**

## Use of Social Media in Students Information Services : case of Law Library (St. Petersburg State University)

Information service for teachers and students through official groups on VK and Facebook. Rules of publication and information policy.

**Key words:** social media, VKontakte, Facebook, university libraries,The Scientific Library of St. Petersburg State University, information service

Информационное обслуживание является одной из важнейших составляющих деятельности любой библиотеки, и вузовская библиотека в этом смысле не исключение. Образовательный процесс в вузе невозможен без обращения, по крайней мере, к учебной литературе по различным дисциплинам, что всегда гарантирует вузовской библиотеке наличие читателей. С этой точки зрения библиотеки вузов находятся в заведомо более выгодном положении по сравнению с публичными библиотеками. Однако в своей работе вузовские библиотеки руководствуются не столько фактом наличия читателей, сколько анализом количественной и качественной характеристик востребованности ресурсов библиотеки: сколько читателей обращается к ресурсам, как часто, с каким количеством печатных изданий и электронных ресурсов они работают; какого рода литературу (как в печатном, так и в электронном виде) пользователи библиотеки читают: только базовые учебники, дополнительную учебную литературу, справочную литературу, научную литературу. Подобный анализ стимулирует вузовские библиотеки заниматься информационным обслуживанием, для того чтобы дать своим читателям-обучающимся наиболее полное представление о ресурсах и сервисах, расширить их представления о многообразии возможностей, которые существуют в библиотеке и которые можно эффективно использовать в учебном процессе. Кроме того, нередко студенты, запомнив однажды какую-либо информацию о ресурсах библиотеки, не спешат ее обновить самостоятельно, пользуясь «по старинке» одними и теми же ресурсами и сервисами, хотя в библиотеке со временем могли произойти существенные изменения. И это также является одной из причин того, что информационное обслуживание играет значительную роль в деятельности вузовских библиотек.

Информационное обслуживание в любой библиотеке предполагает разнообразие средств и форм, и социальные сети занимают не последнее место. При работе же со студентами именно этот способ информационного обслуживания выходит на первый план.

Отраслевой отдел по направлению «Юриспруденция» Научной библиотеки им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (далее — библиотека юридического факультета) имеет группы в социальных сетях «ВКонтакте» (1079 участников и 226 подписчиков) и «Facebook» (390 подписчиков). Количество участников/подписчиков и их активность в сети «ВКонтакте» значительно выше по сравнению с «Facebook». Это связано, по-видимому, с тем, что аккаунты в «Facebook» студенты и преподаватели создают преимущественно для общения с иностранными коллегами или для получения информации на страницах и в группах зарубежных вузов, юридических организаций и т.п.

Обе группы библиотеки юридического факультета являются открытыми, любой пользователь сети Интернет, даже не имеющий никакого отношения к СПбГУ, может вступить в них совершенно свободно. Несмотря на то, что библиотека юридического факультета, выходя на просторы социальных сетей, ориентируется, прежде всего, на студентов и преподавателей СПбГУ, остальные пользователи рассматриваются как потенциальные читатели, которые, ознакомившись с разнообразием ресурсов и возможностей, могут впоследствии прийти в библиотеку лично.

Для общения с читателями библиотеки юридического факультета было бы достаточно и одной группы в сети «ВКонтакте» как самой популярной социальной сети в России. И именно эта группа действительно считается основной. Решение создать также группу в «Facebook» было принято по двум причинам: во-первых, в расчете на тех студентов и преподавателей, кто пользуется в большей степени или вообще исключительно именно этой социальной сетью, во-вторых, для того чтобы в перспективе вести группу на английском языке, представляя

иностранным студентам и преподавателям информацию о том, какие возможности для работы с библиотечно-информационными ресурсами у них могут быть в случае их стажировок или частных посещений в образовательных и научных целях юридического факультета СПбГУ.

Информация, размещаемая в обеих группах, в основном дублируется, различия в представляемой информации преимущественно связаны с техническими возможностями обеих социальных сетей.

В рамках информационного обслуживания в группах в социальных сетях библиотека освещает такие темы, как:

1. новые поступления в библиотеку;
2. подписные электронные базы данных;
3. специальные проекты юридической направленности: «Этот день в истории права», «Знаменитые судебные процессы», «Знаменитые юристы прошлого», «Юридическая старина», «Словарь университетской истории», «Книги, изданные сто лет назад»;
4. виртуальные выставки и стендовые выставки;
5. СПбГУ и университетские проекты, имеющие отношение к студентам-юристам (например, он-лайн курсы Университета);
6. иные информационные ресурсы сети Интернет, полезные для студентов-юристов (например, бесплатные видеолекции известных юристов в рамках проекта «LF Академия»).

Каждая тема закреплена за отдельным сотрудником, что позволяет оптимизировать время и силы, затрачиваемые на создание записей. Некоторым темам: «Новые поступления», «Подписные электронные базы данных», проекты юридической направленности — отведен свой определенный день недели. Остальные темы могут освещаться в любой день недели по факту появления актуальной информации. Все это позволяет не перегружать пользователей информацией, равномерно распределяя ее в течение семи дней, а также позволяет публиковать записи ежедневно, не прерывая информационного обслуживания ни на один день.

Поскольку библиотека юридического факультета в большей степени является учебной, среди новых поступлений, естественно, преобладает учебная литература. Однако эта литература в новых поступлениях в группах в социальных сетях практически не освещается, за исключением учебников, написанных преподавателями юридического факультета СПбГУ. С новыми учебниками, как показывает практика работы, студенты успешно знакомятся сами. Больший же акцент делается на литературу научного характера — именно к ней привлекается внимание студентов, поскольку на определенном этапе обучения такого рода литература должна составить основу самостоятельных научных исследований обучающихся: ни доклад, ни курсовую работу на старших курсах, ни магистерскую диссертацию на основе материалов учебников написать невозможно. Информация о новых поступлениях публикуется в группах четыре раза в неделю: дважды в будние дни, дважды в выходные, причем для выходных информация готовится накануне — тексты пишутся в пятницу, но откладываются по времени для публикации на выходные дни.

Информирование о подписных электронных базах данных производится в двух направлениях:

- информирование о тех электронных ресурсах, которые уже есть в доступе универсантов, как напоминание о существовании того или иного ресурса, а также ознакомление с новым содержанием, интерфейсом и т.п., информирование о семинарах и онлайн-тренингах и т.д. (информирование осуществляется один раз в неделю). Так, например, в 2017 г. компания ProQuest предоставила преподавателям СПбГУ возможность самостоятельно загружать свои кандидатские и докторские диссертации в базу данных «ProQuest Dissertations & Theses Global». Данная информация нашла свое отражение в социальных сетях и в качестве новости, и, одновременно, послужила информационным поводом для напоминания о том, какие материалы указанный ресурс содержит и как их можно использовать в образовательном и научном процессах;

- информирование о тех ресурсах, которые находятся в тестовом доступе (информирование по случаю открытия тестового доступа) — краткое ознакомление с содержанием ресурса с приложением по возможности примеров материалов, которые можно в этом ресурсе обнаружить (например, в виде скопированных из ресурсов документов или скрин-шотов).

Особое внимание библиотека уделяет специальным проектам юридической направленности. Некоторые из них, как, например, «Этот день в истории права» (2013 г.) или «Словарь университетской истории» (2017 г.) не являются уникальными и в том или ином виде реализуются другими библиотеками или вузами в целом. Обязательной составляющей этих двух проектов является список литературы, который включает в себя подборку печатных книг из фондов библиотеки. То же самое относится и к другим проектам: проект «Знаменитые судебные процессы» (2015 г.) рассказывает о 24 разбирательствах, от Сократа до М. Джексона, оставивших след в прошлом и настоящем; рубрика «Знаменитые юристы прошлого» (2014 г.) посвящена юристам различных стран и времен, без трудов которых невозможно представить науку о праве; проект «Юридическая старина» (2011 г.) представляет собой обзор наиболее интересных, с точки зрения сегодняшнего дня, заметок из юридических изданий начала 20 в., например, из еженедельного общедоступного журнала «Юрист»; рубрика «Книги, изданные сто лет назад» велась несколько раз, в 2014 г. и в 2017 г., и знакомила пользователей с некоторыми дореволюционными изданиями из фондов библиотеки. Информация из перечисленных проектов не только регулярно публикуется в новостях, но, если говорить о сети «ВКонтакте», также сохраняется в разделе «Обсуждения», для того, чтобы к ней могли обратиться следующие поколения студентов.

В течение календарного года библиотека юридического факультета организует большое количество стендовых выставок как тематических, так и приуроченных к каким-либо событиям — мероприятиям, которые проходят на факультете (конференции,

семинары), или к юбилеям преподавателей. Соответственно, в группах размещается информация о вновь организованной выставке с представлением ее фотографий и предложением ее осмотреть. Кроме того, на основе наиболее интересных стендовых выставок либо при наличии актуальной темы делаются виртуальные выставки, в основном в виде презентаций PowerPoint. Сами виртуальные выставки представляются на сайте библиотеки, а в группах публикуется информация о новых выставках либо осуществляется напоминание о прошлых выставках. Например, на сайте представлена электронная выставка «Господа-товарищи студенты», которая была подготовлена в 2011 г., и с тех пор не теряет свой актуальности с началом нового учебного года: 1 сентября — повод вспомнить о ней и представить первокурсникам.

Вся информация, которая публикуется в группах, сопровождается хештегами количеством не менее двух. Практически во все публикации включается хештег #библиотекаЮФСПбГУ. Больше всего хештегов у записей про новые поступления, так как в них представлены хештег #новыепоступления, хештеги с фамилией/фамилиями авторов и названием книги. Если авторов больше одного, количество хештегов, соответственно, увеличивается. Хештеги добавляются в публикации для того, чтобы сделать эти публикации в группах доступными всем, кому интересна та или иная тема. Это приводит к расширению «виртуальной» аудитории и потенциально может привести к увеличению количества физических пользователей библиотеки. Кроме того, практически любая запись сопровождается фотоматериалом: это может быть информативная обложка книги или просто яркая картинка, отвечающая содержанию записи. Цель — привлечь внимание, вызвать первоначальный интерес, стимулировать пользователя прочитать текст, который в любой записи, конечно, является главной составляющей, а изображение — лишь «приманка».

Главной задачей при ведении групп в социальных сетях является создание своего, уникального контента, без злоупотребления репостами. Если репосты и делаются, то очень избирательно и по возможности с добавлением комментариев от

библиотеки. Например, в группе СПбГУ в сети «ВКонтакте» было сделано объявление о том, что начинается набор на бесплатный курс «Международное экономическое право», в рамках которого читают лекции профессора из Гамбургского университета. Библиотека сделала репост указанной записи, при этом была добавлена информация о том, какие печатные издания по данной тематике имеются в фондах библиотеки, а также в качестве примеров были размещены ссылки на несколько изданий из подписных электронных ресурсов. Тем самым, новость, не имеющая непосредственного отношения к библиотеке, но имеющая значение для студентов, была несколько доработана и использована библиотекой как часть информационного обслуживания.

На ближайшее будущее библиотека юридического факультета ставит перед собой задачу расширения видеоконтента в группах за счет размещения видеофайлов с рассказом о библиотеке в целом, об отдельных интересных изданиях, которые хранятся в фондах библиотеки, об истории юридического образования в СПбГУ.

Информационное обслуживание в социальных сетях при всех своих достоинствах ставит большую проблему обратной связи. Отметки «Нравится» и репосты, которыми измеряется популярность тех или иных материалов, выложенных в социальных сетях и в Интернете в целом, в отношении публикаций библиотеки не так часты, притом, что просмотры записей имеются. Если отсутствуют, например, отметки «Нравится», неясна реакция пользователя на запись: он увидел ее и прошел мимо или увидел и принял во внимание и впоследствии использовал, например, обратился к книге или к ресурсу, о которых были сделаны записи. Иногда влияние на студентов информации, представляемой в социальных сетях, удается зафиксировать косвенным случайным образом. Например, была сделана запись о том, что в ЭБС «Лань» появилось несколько учебников преподавателей юридического факультета СПбГУ. Студент попытался прочитать один из учебников, но у него возникла проблема с доступом, и он обратился в библиотеку за помощью,

и тогда выяснилось, что информацию он получил из группы в сети «ВКонтакте». Изредка пользователи оставляют комментарии к записям, причем не всегда по теме записи. Некоторые читатели пользуются возможностью задать вопрос, отправив личное сообщение в группу.

Интернет предоставляет библиотекам различные возможности для информационного обслуживания в виртуальном пространстве, в частности, возможности создать свой сайт и, в то же время, воспользоваться услугами социальных сетей. Эти две составляющие, сайт и социальные сети, гармонично дополняют друг друга. С одной стороны — сайт как официальное, строгое и достаточно статичное «лицо» библиотеки с постоянной информацией, к которой можно обратиться в любой момент времени и которая не исчезнет под натиском новой информации. С другой стороны — динамичные, оперативные, позволяющие быть менее серьезными, но в то же время дающие полезную информацию социальные сети. Продуманное и регулярное использование обоих ресурсов может стать эффективным средством информационного обслуживания любой библиотеки, в том числе и вузовской.

**А. В. Соколова,**
*зав. сектором, ЦГПБ им. В. В. Маяковского*

## Обслуживание пользователей в Instagram (опыт «Библиотек Петербурга»)

Возможности использования социальной сети «Инстаграм» в практике работы публичных библиотек.

**Ключевые слова:** библиотеки, социальные сети, библиотечные аккаунты, Инстаграм, SMM, Санкт-Петербург

**Anna Sokolova**

## Instagram for Libraries : case of Saint Petersburg

The article deals with the best techniques for public libraries using the social media platform Instagram.

**Key words:** library, social media, Instagram, account, SMM, Saint Petersburg

Работа в социальных медиа является неотъемлемой частью обслуживания любой современной библиотеки. Однако далеко не всегда ей предшествует разработка стратегии и анализ платформ присутствия. Прежде чем создать аккаунт библиотеки где бы то ни было, необходимо ответить сразу на несколько вопросов:

- действительно ли это нужно конкретно вашей библиотеке или это «модный тренд»;
- в каких именно социальных медиа стоит создавать аккаунт;

- кто будет отвечать за поддержку аккаунта;
- какова целевая аудитория.

В своей статье я бы хотела рассказать о решении этих вопросов на примере создания аккаунта, посвященного библиотекам Петербурга в «Instagram» (URL: https://www.instagram.com/spb_library/). Он был создан в апреле 2016 г. для рассказа об истории библиотечного дела в Петербурге. Особенностью аккаунта является то, что он не ограничен одной библиотекой или типом библиотек. В рамках него мы рассказываем о публичных, университетских, ведомственных и даже частных библиотеках. Постоянными рубриками аккаунта являются:

- #библиотекипетерубрга — рассказ об истории библиотек и архитектуре зданий, в которых они расположены;
- #библиотекипетерубрга_путешествия — рассказ о библиотеках других городов и стран, которые удалось посетить;
- #какработаютбиблиотеки — рассказ о профессии и современном библиотечном деле;
- #чточитаютбиблиотекари — небольшие рецензии на прочитанные книги;
- #чточитаетпетербург — рейтинг самых популярных книг по статистике традиционной и электронной книговыдачи Библиотеки им. В. Маяковского за месяц.

У аккаунта 7774 подписчика (на 13.10.2017), среднее количество просмотров каждой публикации — 1,5 тысячи, вовлеченность (все действия подписчика с конкретной публикацией: лайк, сохранение, комментарии) — 300.

**Почему платформой был выбран именно «Instagram»?**

Во-первых, популярность социальной сети. По данным «Brand Analytics» (URL: https://br-analytics.ru/) за май 2017 г. «Инстаграм» является второй по популярности (после «ВКонтакте») социальной сетью в Петербурге. В нем зарегистрировано более 700 тысяч авторов из Северной столицы (или каждый 14-й житель). Для сравнения, в «Facebook» зарегистрировано только 164 тысячи авторов из Петербурга. Во-вторых, специфика социальной сети с акцентом, прежде всего, на визуальные материалы.

**Целевая аудитория аккаунта**

Нашей целевой аудиторией, прежде всего, являются петербуржцы, которым мы рассказываем об истории библиотек города, их работе, услугах, а также о том, что читаем сами. Однако потенциальная активная аудитория не сужается до одного города. Происходит общение с коллегами из других регионов, а также стран (аккаунт ведется на русском и английском языках).

**Создание контента**

Основной контент для «Инстаграма» — это фотографии. Поэтому очень важно уделять внимание качеству фотоматериалов, публикуемых в аккаунте, а также уникальности создаваемого контента. Именно поэтому все фото в данном аккаунте (за исключением архивных) являются оригинальными. Что касается текстов, то здесь преобладают информативные посты (300–1000 символов), цель которых не привлечь подписчиков на сторонний ресурс, а рассказать им о библиотеках.

**Информационное обслуживание в Instagram**

Основная цель аккаунта, безусловно, это информирование подписчиков о факте присутствия библиотек в обществе как таковых.

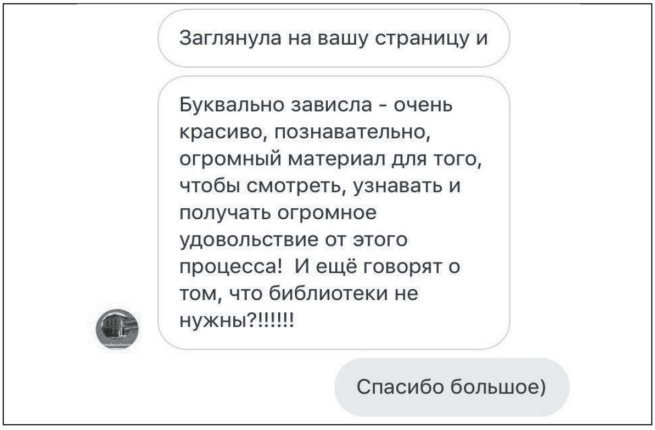



*Рис. 1. Пример отзывов подписчиков на публикацию.*

Однако благодаря функции личных сообщений и комментариям, возможна работа по консультированию подписчиков по интересующим их вопросам (Рис. 2), а также проведение опросов (Рис. 3) и нейтрализация негатива (Рис. 4).

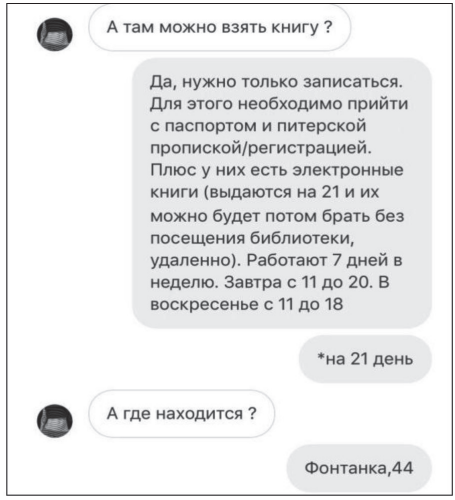



*Рис. 2. Пример консультации в личных сообщениях.*

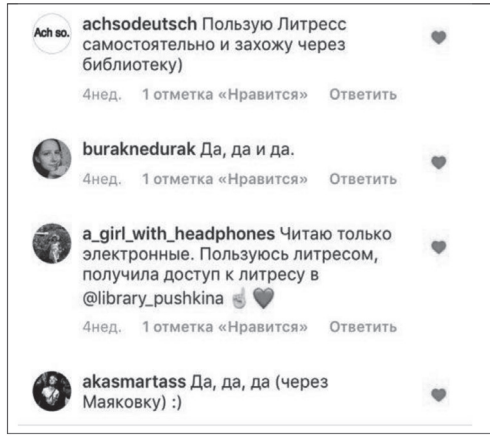



*Рис. 3. Опрос подписчиков об использовании удаленного доступа к электронной библиотеке «Литрес» в рамках услуги ЦГПБ им. В. В. Маяковского «Виртуальный читальный зал».*

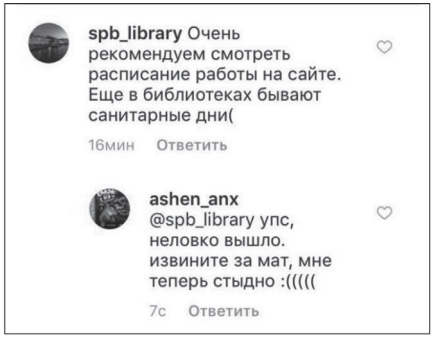



*Рис. 4. Пример работы с негативными отзывами пользователей «Instagram» через выявление публикаций по геотегу ЦГПБ им. В. В. Маяковского.*

По мере роста числа подписчиков повышается и эффективность аккаунта, увеличивается охват и вовлеченность аудитории. Подписчики начинают пользоваться созданными хештегами, отмечать вас на фото (Рис. 5) и делиться своими впечатлениями от посещения библиотек или прочтения книг (Рис. 6).

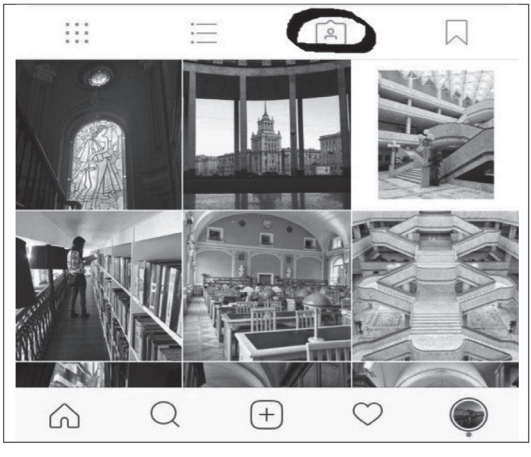


*Рис. 5. Пример публикаций пользователей «Instagram», выявленных по использованию метки «@spb_library» (функция «Отметить пользователя»).*

*Рис. 6. Обсуждение книги П. Каланити «Когда дыхание растворяется в воздухе» в комментариях к публикации.*

Что касается уровня конверсии для данного аккаунта — соотношение посетителей, которые совершили «необходимое» действие (перешли по ссылке, получили логин и пароль для удаленного доступа к электронным ресурсам библиотеки, записались на экскурсию или взяли книгу) к общему числу подписчиков, — то он держится на стабильно хорошем уровне и составляет в среднем 2–4%. Таким образом, мы видим, что платформа «Instagram» может быть использована как для привлечения новых читателей, информационного обслуживания, мониторинга отзывов о библиотеках и продвижения конкретных услуг, так и для популяризации библиотечного дела в целом.

**В. С. Гурьянова,**
*зам. заведующего*
**Д. А. Хрущ,**
*науч. сотрудник,*
*отдел специальных проектов Музея-заповедника*
*«Сталинградская битва» (Волгоград)*

## Продвижение мероприятий Музея-заповедника «Сталинградская битва» в социальных сетях (на примере акции «Свет Великой Победы»)

О направлениях работы Музея-заповедника «Сталинградская битва». Опыт применения технологии маркетинга в социальных сетях для музейных проектов показан на примере продвижения акции «Свет Великой Победы» в «Инстаграм».

**Ключевые слова:** «Сталинградская битва» музей-заповедник, Волгоград, музейные проекты, социальные сети, маркетинг в социальных сетях, Инстаграм

**Victoria Guryanova**
**Darya Hrushch**

## Reserve museum «The Battle of Stalingrad» social media promotion : the case of «Light of the Great Victory» project

About Reserve museum «The Battle of Stalingrad» promotional activities. The project «Light of the Great Victory» promotion on Instagram.

**Key words:** reserve museum «The Battle of Stalingrad», Volgograd, museum projects, social media, social media marketing, Instagram

Музей-заповедник «Сталинградская битва» по праву считается лидером музейного дела в Волгоградской области и одним из крупнейших военно-исторических центров России — за год его объекты посещает более миллиона человек. В состав музея-заповедника входят мемориальный комплекс «Героям Сталинградской битвы» на Мамаевом кургане, крупнейшая в Европе панорама «Разгром немецко-фашистских войск под Сталинградом» с экспозицией, рассказывающей о Сталинградской битве, музей «Память», расположенный в подвальной части здания Центрального универмага — месте пленения штаба 6-й немецкой полевой армии, Мемориально-исторический музей и самый высокий в мире памятник В. И. Ленину. Объекты музея открыты для всех и предоставляют большие возможности для воспитания и образования. [1]

Коллекция музея уникальна, насчитывает десятки тысяч экспонатов. В повседневной работе с посетителями музей не ограничивается традиционными формами (выставки, лекции, обзорные и тематические экскурсии), а все чаще использует новаторские приемы: интерактивные занятия, музейные квесты и музейные проекты, — внедрение которых является одним из приоритетных направлений. Используя соответствующие ресурсы, Музей-заповедник «Сталинградская битва» применяет в своих проектах современные технологии, с помощью которых героические события Великой Отечественной войны предстают в новом формате.

Сотрудники музея уделяют много времени подготовке концепции, идее и сценарию, тщательно продумывая каждую деталь и специальные эффекты. Музейный проект — произведение с продуманной и глубокой драматургией. Благодаря самой привлекательной и впечатляющей аудиовизуальной технологии современности 3D mapping проекты, проводимые музеем-заповедником, становятся грандиозным событием общегородского масштаба, запоминающимся волгоградцам и гостям города.

Самым громким и важным региональным событием 2017 г. стал проект Музея-заповедника «Сталинградская битва» «Свет Великой Победы», который прошел 9 мая на главной высоте

России, Мамаевом кургане. [2] Авторы проекта ставили перед собой цели не только патриотического воспитания и привлечения к теме проекта молодого поколения, используя современные понятные и привлекательные методы преподнесения информации, но и формирование имиджа Музея-заповедника «Сталинградская битва» как передового, современного и технологичного учреждения культуры.

В сценарии акции основной упор был сделан на события Великой Отечественной войны. В единой композиции на подпорную стену «Зала Воинской Славы» транслировались хроникальные кадры, последовательно погрузившие гостей мероприятия в атмосферу войны и атмосферу Победы.

Кульминацией патриотической акции стал 3D mapping на самую высокую в Европе скульптуру «Родина-мать зовёт!» образов исторических событий на берегах Волги, бомбардировки Сталинграда и Победы, где скульптура выступила символом единства и непобедимости советского народа. В завершении акции величественная скульптура предстала в золотом сиянии, воплощая слова создателя мемориала, скульптора Евгения Викторовича Вучетича: «Пройдут времена, и потомки покроют ее золотом». [3] Восхититься видом монумента могли как волгоградцы, так и туристы.

Одним из этапов разработки проекта «Свет Великой Победы» было продвижение его в социальных сетях. Для этого были использованы стратегии социомедиа маркетинга. Современное общество предъявляет к музею особые требования. Традиционные способы представления учреждения в полиграфических изданиях и СМИ ограничивают охват аудитории и способы предоставления информации. Современный ритм жизни ставит перед музеями задачу освоения новых путей взаимодействия с аудиторией, в том числе, через освоение цифрового пространства социальных сетей. В последнее десятилетие социальные сети стали неотъемлемой частью жизни большинства активного населения, превратившись в полноценный информационный канал. Для учреждений культуры социальные сети выступают эффективным инструментом для общения с посетителями. [4]

Социомедиа маркетинг (social media marketing, SMM, маркетинг в социальных сетях) — комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения бренда и решения других задач. [5] Используя необходимые этапы стратегии SMM, прежде всего, была определена целевая аудитория и ключевые задачи проекта. После детального анализа, ввиду высокой концентрации целевой аудитории, основной площадкой для продвижения проекта стала социальная сеть «Инстаграм». По данным Л. Соболевой, аудитория «Инстаграма» в России составляет 19 миллионов зарегистрированных пользователей. Ежемесячная активная аудитория, количество пользователей, заходящих в приложение хотя бы раз в месяц, составляет почти 13 миллионов человек. По трафику в «Инстаграме» Россия занимает второе место после США, что, конечно же, наглядно свидетельствует о популярности приложения среди жителей нашей страны. [6, с. 7]

Несмотря на то, что в России «Инстаграм» считается «женской» социальной сетью, более 50% подписчиков официального аккаунта Музея-заповедника «Сталинградская битва» составляют мужчины. Ядро аудитории аккаунта составляет группа пользователей 25–34 лет, что, безусловно, соответствует основному сегменту целевой аудитории для продвижения проекта «Свет Великой Победы».

Большое значение имела и разработка стратегии наполнения контент-плана, которая учитывала интересы целевой аудитории. Практика показывает, что в отличие от других социальных сетей, где работает формат дискуссии и длинные тексты, пользователи «Инстаграм» лучше воспринимают визуальный контент и короткие публикации-заметки. В контент-план было решено включить публикации в формате «бэкстейджа»: фотографии, показывающие подписчикам, как проходит подготовка проекта, создание аудиовизуального контента, установка и настройка оборудования на месте проведения. Активно была использована функция «Stories» и геотеги. Публикации нашли отзыв у подписчиков: репетицию акции посетило немалое количество волгоградцев и представителей региональной блогосферы. [7]

Безусловно, большое внимание было уделено качеству публикуемого визуального контента: фотографии должны быть четкими, не размытыми, хорошо скадрированными, желательно, сделанными в одном стиле; идеально, если это действительно оригинальный контент, который будет привлекать пользователей. Помимо традиционной рекламы в печатных и электронных СМИ, было принято решение использовать таргетированную рекламу в «Инстаграме», которая на момент проведения акции была относительно новым инструментом продвижения, встроенным в функционал приложения.

Таргетинг — интуитивно понятный инструмент продвижения. Таргетированную рекламу легко настроить самостоятельно, что является её несомненным плюсом. Используя данный вид рекламы, удобно контролировать затраты, ведь её можно остановить в любой момент, ничем не рискуя, можно попробовать несколько вариантов рекламного объявления, чтобы выбрать лучший, показывать рекламу можно только для своей целевой аудитории. [6, с. 158]

При настройке продвижения публикации «Инстаграм» предлагает выбрать аудиторию автоматически или настроить самостоятельно, задав определенные параметры. Второй вариант продвижения публикаций в рамках проекта был признан боле рациональным, так как именно у жителей Волгограда больше возможностей стать непосредственными участниками мероприятия. Стоит отметить, что заинтересовать и привлечь аудиторию удалось, во многом, благодаря эффектной фотографии, выбранной для рекламной публикации. По истечению периода продвижения (3 дня) было зафиксировано более 8000 просмотров публикации, более 800 уникальных профилей пользователей посетили официальную страницу Музея-заповедника «Сталинградская битва» в «Инстаграм». Для тематических публикаций был выбран официальный хештег акции #светвеликойпобеды, который был использован в 335 публикаций пользователей.

Опыт участия в создании и реализации крупного музейного проекта позволил сделать вывод, что социомедиа маркетинг

является эффективным средством продвижения в социальных сетях. В дальнейшем планируется использовать социальные сети для продвижения всех крупных мероприятий Музея-заповедника «Сталинградская битва».

**Примечания:**

1. Состав музея-заповедника [Электронный ресурс] // Музей-заповедник «Сталинградская битва» : [офиц. сайт]. URL: http://stalingrad-battle.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2082&Itemid=9
2. Бобылева Е. В. Современные технологии на службе истории // Музей-заповедник Сталинградская битва : ежегодник. 2013. С. 26–28.
3. Патриотическая акция «Свет Великой Победы» в честь празднования 71-годовщины победы в Великой Отечественной войне г. Волгоград // Событие года : ежегодная национальная премия индустрии специальных событий / Event. URL: http://premia.event.ru/nominees2017/patrioticheskaya-aktsiya-svet-velikoy-pobedyi-v-chest-prazdnovaniya-71-godovshhinyi-pobedyi-v-velikoy-otechestvennoy-voyne-g-volgograd/
4. Акция «Свет Великой Победы» прошла на Мамаевом кургане [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: http://tass.ru/obschestvo/4239200
5. SMM (social media marketing) [Электронный ресурс] // Глоссарий интернет-маркетинга. URL: http://glossary-internet.ru/terms/S/3274
6. Соболева Л. Феномен «Инстаграма». М. : АСТ, 2017. 263 с.
7. Сегодня Родина-мать засияет Светом Великой Победы [Электронный ресурс] // Городские вести. 2017. 8 мая. URL: http://gorvesti.ru/society/segodnya-rodina-mat-zasiyaet-svetom-velikoy-pobedy-39833.html

# Электронные ресурсы — источниковая база информационного обслуживания

**А. В. Глушановский,**
*ст. науч. сотрудник БЕН РАН*

## Электронные ресурсы для создания указателя «Стартовые точки» Библиотеки по естественным наукам РАН

Рассматривается проблема создания и поддержания в актуальном состоянии электронных указателей интернет-ресурсов в области естественных наук для пользователей Библиотеки по естественным наукам РАН.

**Ключевые слова:** Библиотека по естественным наукам РАН, информационные ресурсы Интернета, указатели интернет-ссылок, информация по естественным наукам, пользователи библиотек, научные библиотеки

**Alexey Glushanovsky**

## Digital resources for creation of «Starting points» index of the Library for Natural Sciences of the Russian Academy of Sciences

The article deals with the problem of creation and actualization online catalogs of Internet-resources in the area of Natural Sciences for the Readers of the Library for Natural Sciences of the Russian Academy of Sciences.

**Key words:** Library for Natural Sciences (Moscow), information resources on the Internet, indexes of website, catalogs of Internet resources, natural sciences information, library users, scientific libraries

Сеть Интернет представляет собой весьма большую и сложную систему, и нахождение в ней информации по определенной (в частности, научной) тематике является достаточно серьезной задачей. Одним из способов решения этой задачи является использование указателей ссылок на ресурсы Интернета как политематического характера (например, «Яндекс-каталог», URL: https://yandex.ru/yaca/, или «Galaxy/einet», URL: https://www.einet.net/), так и относящихся к более узким темам. Эти указатели создаются различными организациями (научными институтами, университетами, научными обществами, библиотеками, коммерческими и некоммерческими организациями, волонтерами и группами волонтеров). Указатели эти имеют различный характер, начиная с простых списков ссылок, например, «The Internet Directory for Botany», и заканчивая достаточно сложными сайтами, содержащими, кроме списков ссылок, новости, отдельные интересные публикации и обмен мнениями между специалистами в данной области (например, «The Bio-Web», URL: http://cellbiol.com/). Однако политематические указатели, носят, как правило, несколько поверхностный и неисчерпывающий характер, а более узкие и глубокие указатели нелегко найти в сети Интернет, что заставляет БЕН РАН создавать свои указатели по тематике ее обслуживания.

БЕН РАН осуществляет многоаспектное разнообразное информационное обслуживание своих пользователей, в том числе, и на базе своего сайта (URL: www.benran.ru). [1–3] Одним из вариантов этого обслуживания является создание указателей по основным разделам естественных наук. Ссылки для этого указателя собираются специалистами БЕН РАН на основе анализа тематических ресурсов сети Интернет. Результатом этого анализа является указатель ресурсов Интернета «Естественные науки в Интернет», ведущийся БЕН РАН более 10 лет. Раздел этого указателя «Стартовые точки» включает в себя 10 страниц, каждая из которых посвящена одному из разделов естественных наук. Это страницы: «Астрономия», «Биология», «Математика», «Механика», «Нанотехнологии», «Науки о Земле», «Общенаучная информация», «Физика», «Химия», «Экология». Каждая

из этих страниц является, по существу, метауказателем, так как содержит, в основном, ссылки на списки указателей ресурсов по соответствующей тематике, включающие в себя также ссылки как на вышеупомянутые узкотематические указатели, так и на соответствующие разделы политематических указателей. Эти указатели ведутся различными организациями, как отечественными, так и зарубежными в различных странах.

Интерес представляет анализ наполнения указателя БЕН РАН с целью определения, какого вида организации и в какой мере участвуют в создании метауказателей по указанным выше разделам науки. В Таблице 1 приведены результаты такого анализа, за основу взят указатель БЕН РАН «Стартовые точки» по состоянию на октябрь 2017 г.

Как следует из Таблицы 1, указатель включает 205 ссылок, из которых 69 (33,7%) — на отечественные и 136 (66,3%) — на зарубежные организации. Типы организаций видны из названий столбцов. Следует лишь оговорить, что в понятие «Государственные организации» для отечественных организаций включены, том числе, организации РАН, а в понятие «Некоммерческие организации» вошли также научные общества, волонтеры и группы волонтеров. Сразу оговорим, что волонтеры вносят в эту работу (создание ресурсов) заметный вклад. Так, волонтерами и группами волонтеров созданы 19 ресурсов (т. е., около 10% от общего количества), из которых 14 ресурсов зарубежных и только 5 отечественных.

Наибольший процент ресурсов (30,3%) создан государственными организациями (16,6% отечественными и 13,7% иностранными) и некоммерческими организациями (29,7%), из них 23,9% иностранными и 5,8% отечественными. В сумме это составляет 60%, т.е. существенно больше половины от общего числа ресурсов.

Сравнительно малым оказался вклад университетов (16,1% ресурсов зарубежных и только 2% отечественных). Если ранее (в прошедшее десятилетие) подобного рода указатели достаточно часто можно было встретить на сайтах университетских библиотек, теперь сайты этих библиотек, в большей степени

| Виды Организаций | Государственные организации | | Некоммерческие организации | | Коммерческие организации | | Университеты | | Поисковые системы | | Всего ссылок |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Тематика ссылок | Отеч. | Зарубеж. | Отеч. | Зарубеж. | Отеч. | Зарубеж. | Отеч. | Зарубеж. | Отеч. | Зарубеж. | |
| Астрономия | 10 (1гр. РФФИ) | 6 (1 гр. NASA) | | 2 | | | | 6 | 2 | | 26 |
| Биология | 4 | 2 | 3 | 10 | | 3 | | 3 | 2 | | 27 |
| Математика | 4 (1 гр. РФФИ) | 1 | | 4 | | 1 | | 5 | 2 | | 17 |
| Механика | 2 | | | 13 | | | | 5 | | | 20 |
| Нанотехнологии | 2 | 5 | | 2 | | 3 | | | 2 | 2 | 16 |
| Науки о Земле | 3 | 9 | | 4 | | | 2 | 4 | 2 | 2 | 26 |
| Общенаучная информация | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | | | 2 | 2 | 17 |
| Физика | 2 | 2 | 1 | 8 | | | | 6 | 2 | 2 | 23 |
| Химия | 2 | | 5 | 2 | | 3 | | 4 | 2 | 2 | 20 |
| Экология | 2 | | 1 | 3 | | 1 | 2 | | 2 | 2 | 13 |
| Всего ссылок | 34 | 28 | 12 | 49 | 1 | 14 | 4 | 33 | 18 | 12 | 205 |
| Процент | 16,6 | 13,7 | 5.8 | 23,9 | 0,5 | 6,8 | 2 | 16,1 | 8,8 | 5,8 | 100 |

*Таблица 1. Ресурсы Интернета, вошедшие в указатель БЕН РАН «Стартовые точки», распределенные по источникам создания.*

ориентированы на внутрибиблиотечные ресурсы, доступные в пределах университетского кампуса. Так, к сожалению, год назад перестал существовать мощный ресурс «Links for Chemists» (The University of Liverpool Departament of Chemistry), который был одним из главных ресурсов по химии нашего указателя.

Следует отметить, что только в достаточно немногих случаях при создании ресурсов на сайтах организаций-создателей присутствуют ссылки на гранты (всего 8 случаев), которыми поддержано создание этих ресурсов.

Существенным также является тот факт, что, судя по анализу сайтов, содержащих указатели ресурсов Интернета, представленные на них ресурсы не всегда своевременно актуализируются, что создает определенный процент «мертвых» ссылок. Так, например, весьма подробный ресурс по астрономии «Astro Web: Astronomy on the Internet» (URL: http://cdsweb.u-strasbg.fr/astroWeb/astroweb.html) не актуализировался с 10 июля 2010 г. и, хотя он сохраняет некоторую ценность до настоящего времени, значительная часть его ссылок на настоящий момент устарела.

Необходимо сказать, что проблема контроля актуальности ссылок существует и для метауказателя БЕН РАН «Стартовые точки». Эта проблема решается с использованием специальных программных средств [4], разработанных специалистами БЕН РАН, выявляющих недействующие ссылки, для последующей их ручной корректировки.

Благодаря постоянному контролю «качества» ссылок, ресурс «Стартовые точки» представляет заметный интерес для пользователей БЕН РАН и, по их отзывам, вносит существенный вклад в информационное сопровождение научных исследований.

**Примечания:**

1. Глушановский А. В., Каленов Н. Е. Библиотека по естественным наукам РАН как политематический центр предоставления электронной информации для ученых и специалистов РАН //

Межотраслевая информационная служба : научно-методический журнал. 2014. Т. 4, № 169. С. 16–18.

2. Каленов Н. Е., Кочукова Е. В. Новые технологические решения в информационно-библиотечной практике Библиотеки по естественным наукам Российской академии наук // Информационные ресурсы России. 2016. № 2. С. 9–14.
3. Каленов Н. Е. Опыт БЕН РАН в информационном обеспечении научных исследований // Библиотековедение. 2016. Т. 65. № 3. С. 277–286.
4. Якшин М. М., Каленов Н. Е. Мониторинг доступности внешних электронных ресурсов в библиотечной среде // Информационное обеспечение науки : новые технологии / отв. ред. П. П. Трескова. Екатеринбург, 2016. С. 179–188.

**А. Н. Андреева,**
*гл. библиограф РНБ*

## Электронные копии справочных изданий: типы и организация справочного сопровождения

Рассматривается специфика работы с электронными копиями справочных изданий. На примере проекта интерактивных оглавлений к адресным и справочным книгам «Весь Петербург» рассмотрены типы и организация справочного сопровождения ресурса, совершенствование структуры оглавлений на основе изучения поисковой работы пользователей.

**Ключевые слова:** справочное сопровождение, адресные книги, справочные издания, «Весь Петербург», информационные ресурсы, электронные копии, интерактивные оглавления, указатели содержания, Российская национальная библиотека, библиотечные сайты, информационное поведение пользователей

**Aleksandra Andreyeva**

## Digital copies of reference publications: types and organization of information support

The article is devoted to the specifics of work with reference books digital copies. Types and organization of information support for the digital resource. Case of reference book «All Petersburg» («Ves' Petersburg»).

**Key words:** information support, address books, reference books, «All Petersburg», information resources, digital copies, interactive indexes, National Library of Russia, library websites

Электронные фонды библиотек в последнее десятилетие развиваются и наполняются стремительно, но основное внимание уделяется проблемам формирования контента. Электронные копии печатных изданий обычно рассматриваются как предоставление неограниченного доступа к конкретному экземпляру и выкладываются одним файлом без какой-либо внутренней разметки. Это затрудняет использование электронных копий обычных изданий и крайне затрудняет использование электронных копий изданий справочных, когда необходимо максимально быстро удовлетворить конкретную информационную потребность и, соответственно, оперативно переходить к необходимым частям издания. В результате, несмотря на наличие в электронных фондах библиотек большого количества справочных изданий, к ним обращаются, как правило, специалисты, которые уже работали с печатной версией и имеют представление об информационном наполнении и структуре. Неподготовленные пользователи, как правило, предпочитают наиболее доступные и комфортные в использовании ресурсы, не слишком задумываясь о возможных ошибках и неточностях.

Наибольшие сложности вызывает работа с электронными копиями дореволюционных справочных изданий, когда возникает ряд дополнительных проблем. Автоматическое распознавание, если оно в принципе имеется, в силу ошибок, дореформенной орфографии, вариативного написания фамилий, большого количества сокращений, переносов в столбцах и пр. не может гарантировать исчерпывающие результаты полнотекстового поиска и не может заменить постраничного просмотра. Возможное наличие нескольких пагинаций дает полное несоответствие страниц файла электронной копии и страниц (столбцов) издания. Многие справочники обладают сложной структурой и имеют свои поисковые особенности, при этом в продолжающихся изданиях наполнение может быть вариативным и неочевидным для современного пользователя. Оглавление издания может отсутствовать, располагаться в конце или после блока рекламы, что существенно затрудняет использование электронной версии.

В Российской национальной библиотеке (РНБ) с 2015 г. ведется работа по разработке методики повышения удобства использования электронных копий справочных изданий. Поскольку в РНБ используется система управления доступом к документам «Vivaldi», которая позволяет осуществлять переход к определенному месту электронной копии, был выбран вариант навигации при помощи интерактивных оглавлений на основе html-разметки.

В качестве пилотного проекта были выбраны востребованные пользователями и оцифрованные в 2012 г. адресные и справочные книги Санкт-Петербурга — Ленинграда. Первым этапом реализации стало «Интерактивное оглавление к электронным копиям адресных и справочных книг “Весь Петербург” — “Весь Петроград” (1894–1917)»[1], позже было добавлено «Интерактивное оглавление к электронным копиям адресных и справочных книг “Весь Петроград” — “Весь Ленинград” (1922–1935)», а в данный момент ведется работа над интерактивными оглавлениями к оставшемуся массиву оцифрованных изданий. Интерактивные оглавления в целом повторяют оглавления и структуру печатных изданий и позволяют переходить для отделов с систематическим расположением материала к основным разделам и подразделам (деление в ряде небольших по объему разделов опускалось, объемные списки рубрик загружаются при нажатии на специальную кнопку «развернуть»); для отделов с алфавитным расположением материала — к началу каждой буквы, либо, для наиболее востребованных, к группам в среднем по 10–15 страниц. Также для продолжающихся изданий с типовой структурой были созданы сводные указатели, которые позволяют проводить поиск без последовательного перехода к оглавлениям за каждый конкретный год.

В первые месяцы работы «Интерактивного оглавления к электронным копиям адресных и справочных книг “Весь Петербург” — “Весь Петроград” (1894–1917)» проводился мониторинг работы пользователей при помощи инструмента «Вебвизор» сервиса веб-аналитики «Яндекс.Метрика», что позволяло делать предположения об их информационных потребностях, корректировать методические и технические решения для всего проекта.

Еще при начале работы было ясно, что в связи с большой востребованностью адресных и справочных книг Санкт-Петербурга — Ленинграда и с тем, что востребованы они часто неспециалистами, которые занимаются генеалогическими исследованиями, проект должен содержать большой объем сопроводительной справочной информации. Также было ясно, что при создании ресурса будет выявлено много неочевидных на первый взгляд моментов, которые помогут пользователю соотнести стратегию своего поиска с особенностями издания, где этот поиск проводится.

Справочное сопровождение, принятое для интерактивного оглавления адресных и справочных книг Санкт-Петербурга, можно условно поделить на формальное, библиографическое, технологическое и методическое.

Формальным можно условно назвать сам текст оглавлений — обозримая, иерархически выделенная структура дает представление о заключенной в издании информации, что особенно ценно в случаях, когда содержание в издании отсутствует в принципе либо дано в сокращенном варианте. При создании старались с одной стороны по возможности точно передавать текст первоисточника для сохранения образа документа, с другой — раскрывать сокращения (в т.ч. для лучшего отображения в информационно-поисковых системах) и пояснять неявные для современного пользователя понятия. Например, при отслеживании при помощи «Вебвизора» работы с «Интерактивным оглавлением к электронным копиям адресных и справочных книг “Весь Петербург” — “Весь Петроград” (1894–1917)» было сделано заключение, что пользователям неясна суть названия I отдела — «Установления Центрального и местного управлений с подведомственными им учреждениями». Поскольку отдел насчитывает 50–140 рубрик, он представлен на странице в «свернутом» виде и при переходах из поисковых систем по конкретным запросам пользователи, ориентируясь только на основное заглавие, игнорировали этот отдел, хотя нужная информация находилась именно там. Поэтому было добавлено краткое пояснение, раскрывающее содержание: «Министерства

и пр.; церкви; заведения учебные, лечебные, благотворительные и пр.; списки лиц отдельных профессий; общества; музеи, театры и пр.; пригороды». Причем для 1915–1917 гг. добавлена неочевидная методическая информация: «Министерства (исключая военные) и пр.; церкви; заведения учебные (исключая военные)…». Сюда же можно отнести комментарии по навигации (например, «Верхний индекс указывает на порядковые номера столбцов отдела») и названия страниц сайта. Изначально «Сводные указатели предприятий, жителей, улиц» назывались «Сводное оглавление к II–IV отделам», поскольку предполагалось, что работающие с изданием свободно ориентируются в его структуре. Однако предположение оказалось ложным и если сравнить статистику за два месяца до и после переименования, то после количество уникальных посетителей страницы выросло вдвое, что говорит о важности понятных пользователям названий.

Библиографическим сопровождением можно назвать библиографическое описание ресурса на странице «О проекте» (где также приводятся сведения об авторах и этапах создания), библиографические описания печатных изданий на страницах соответствующих оглавлений и пошаговые «Рекомендации по оформлению библиографических ссылок на электронные копии адресных и справочных книг», которые позволяют легко составить библиографическое описание и корректно ссылаться не только на печатное издание, но и на его электронную копию, что повышает доступность источника.

На главной странице интерактивного оглавления размещен традиционный тип справочного сопровождения — инструкции по технологии работы как с интерактивными оглавлениями на конкретное издание, так и со сводными указателями, что полезно для пользователей с недостаточной информационной грамотностью.

Методическое сопровождение представлено на нескольких страницах ресурса. На странице «Об издании» представлена справка об истории, содержании отделов и основных особенностях адресных и справочных книг «Весь Петербург». На странице

«О поиске» даны «Рекомендации по работе с адресными и справочными книгами “Весь Петербург” — “Весь Петроград” (1894–1917)» где подробно раскрыта специфика поиска по разным отделам и даны некоторые советы, могущие быть полезными для непрофессионалов. На странице сводных указателей справку можно назвать комплексной: вначале охарактеризовано назначение указателей, затем даны основные инструкции по технологии работы, затем при каждом отделе дана характеристика содержания и шаг перехода, а при нажатии на кнопку «развернуть» — особенности поиска (аналогично «Рекомендациям по работе»). В случаях непродолжающихся изданий подобные методические сведения будут представлены на странице оглавления к электронной копии конкретного издания.

Согласно данным онлайн-анкетирования (окт. 2016 г. — окт. 2017 г.), проводимого на страницах ресурса, 36% пользователей, ответивших на вопрос о чтении справочного сопровождения, упомянули страницу сводных указателей, 33% — главную страницу, 13% — «О поиске», 18% использовали два и более источника. На вопрос о понятности справочных материалов 79% ответило «понятно», 15% — «не очень», а из отвечавших на вопрос о полезности 85% отметили, что справочные материалы «помогли» и «очень помогли». Представляется, что на данный момент структура справочного сопровождения электронных копий справочных изданий в рамках проекта «Адресные и справочные книги Санкт-Петербурга — Ленинграда» уже сформировалась, информация востребована пользователями, отвечает поставленным задачам. Опыт может быть использован при дальнейшей работе.

**Примечания:**

1. Весь Петербург — Весь Петроград : 1894–1917 / РНБ. Санкт-Петербург, 2015–2017. URL: http://www.nlr.ru/cont/v_p/.
2. Интерактивное оглавление к электронным копиям адресных и справочных книг «Весь Петроград — Весь Ленинград» (1922–1935) / РНБ. Санкт-Петербург, 2016. URL: http://www.nlr.ru/cont/v_l/.

**О. В. Медведева,**
*зав. кафедрой*
*библиотечно-информационных ресурсов*
**Ю. В. Панфилова,**
*секретарь*
*Тамбовский государственный*
*университет им. Г. Р. Державина*

## Электронные выставки на сайтах архивов

Практика размещения электронных выставок на сайтах российских федеральных и региональных архивов: структура выставок, тематика и количественные характеристики представленных документов. Подробно о выставках архивов г. Тамбова.

**Ключевые слова:** выставки архивных документов, электронные выставки, виртуальные выставки, сайты архивов, Тамбов

**Olga Medvedeva**
**Yulia Panfilova**

## Virtual exhibitions on archives websites

Case of the Russian central and regional archives. It is spoken in detail about virtual exhibitions of Tambov archives.

**Key words:** exhibitions of archival documents, virtual exhibitions, archives websites, Tambov

В настоящее время активно используются новые формы экспонирования архивных документов, обусловленные развитием информационных технологий. Выставки архивных документов, представленные на сайтах архивов, часто называют электронными, виртуальными или интерактивными, а также интернет-выставками. Возьмем за основу следующее определение: «это публичная демонстрация электронных копий архивных документов, систематизированных по определенному принципу, предназначенная для размещения в сети Интернет, а также на общедоступных электронных ресурсах, с целью расширения доступа к архивным информационным ресурсам». [1]

Электронные выставки, размещенные в Интернете, получают все большее распространение благодаря целому ряду преимуществ. Прежде всего, такие выставки устраняют географические и временные ограничения. Интернет-выставка открыта 24 часа в сутки и доступна из любой точки планеты, в отличие от реальной выставки, которая проводится в течение определенного времени и строго локализована. Документы на выставке просматриваются неограниченным количеством пользователей, без угрозы сохранности архивным делам. Создавая электронную выставку, можно показать большое количество архивных документов, не занимая при этом реальное пространство архива. Знакомясь с электронной выставкой, можно детально рассмотреть представленные на ней документы, причем длительный и частый просмотр не окажет негативного влияния на оригинал. Кроме того, люди с ограниченными физическими возможностями также свободно могут просматривать интересующие их документы архива, представленные на выставке. Немаловажно и то, что виртуальные выставки всегда служат своеобразной рекламой архива и его собрания вне стен архива.

Проанализировав сайты нескольких федеральных и региональных архивов, мы выяснили, что на сайте практически каждого государственного архива можно найти в настоящее время от 3 до 40 виртуальных выставок. Сами выставки мы

рассматривали с позиций места их размещения, структуры, количества представленных экспонатов и их характера, времени экспонирования, указания составителей.

Выставки архивных документов размещают в разделах, которые обычно называются следующим образом: «Выставки», «Виртуальные выставки», «Виртуальные туры по выставкам», «Информационная деятельность» — и представлены в главном меню. Поскольку электронных выставок на сайтах еще сравнительно немного, они располагаются по мере их размещения на сайтах — от самых новых к размещенным ранее, причем только на сайте Российского государственного архива социально-политической истории (РГАСПИ) мы обнаружили разделы, выделенные по хронологии появления выставок. Электронные выставки многих федеральных архивов (например, РГИА) представляют собой серьезные совместные проекты, подготовленные несколькими архивами, библиотеками и другими учреждениями и размещенные на самостоятельных интернет-страницах (например, «К 400-летию Дома Романовых: виртуальное представление историко-документальной выставки “Романовы на службе Отечеству”» на сайте РГИА).

Выставки почти всегда приурочены к определенным историческим датам. Так, в 2017 г. на многих сайтах появились электронные выставки, посвященные революционным событиям 1917 года. Выставки нередко отличаются простой структурой, разделы (если они выделены) сформированы либо по тематике, либо по видам документов (например, статьи, фотографии, рукописи).

Количество экспонатов варьируется от 17 до 600, но в среднем составляет от 60 до 100. Экспонаты представляют собой текстовые документы, кадры кинохроники, фотографии, которые используются в сочетании друг с другом. Даты начала экспонирования выставки и составителей можно увидеть далеко не на всех сайтах. Следует отметить, что выставки с сайтов не снимаются, так что первым из них уже 6 и более лет.

В качестве примера рассмотрим некоторые выставки региональных государственных архивов. Так, на сайте Государственного архива Тамбовской области на данный момент размещено

6 выставок, в том числе «Писатели Тамбовского края». Выставка документов и материалов, которую представил архив, посвящена литературной жизни Тамбовского края с XVIII века до наших дней и открывается документами, связанными с именем Гавриила Романовича Державина, поэта и правителя Тамбовского наместничества. Архивные документы рассказывают о жизни и творчестве Е. А. Боратынского, Н. В. Берга, А. Платонова, А. В. Стрыгина, М. А. Румянцевой, С. С. Милосердова, И. З. Елегечева, В. Т. Дорожкиной и других известных поэтов и писателей, чьи личные фонды хранятся в Государственном архиве Тамбовской области. Здесь же можно увидеть и документы из фонда Тамбовской областной писательской организации. Всего на выставке представлено 87 экспонатов. Выставка открывается в виде встроенной галереи сайта и состоит из четырех разделов:

1. «Начало», в котором представлены портреты и рукописи писателей, письма Г. Р. Державина губернскому предводителю дворянства, копия указа императрицы Екатерины II о назначении Гавриила Романовича Державина правителем Тамбовского наместничества;
2. «Век двадцатый», где можно увидеть фотографии и автобиографии писателей XX века;
3. «От литобъединения к профессиональному союзу», где размещены, например, письмо бюро Тамбовского областного литературного объединения и редколлегии альманаха «Литературный Тамбов» в бюро обкома КПСС о необходимости открытия в Тамбове отделения Союза писателей 20 марта 1953 г., список членов Тамбовского отделения Союза писателей и членов литературного актива 1961 г. и другие документы, относящиеся к созданию и деятельности Тамбовского областного литературного объединения;
4. «Наши современники», где представлены фотографии Тамбовских писателей-современников, их рукописи. [2]

На сайте Государственного архива социально-политической истории Тамбовской области представлены 22 выставки, размещаемые там начиная с 2012 г. Так, выставка «Ты в сердце

России, мой славный Тамбов» (к 380-летию основания г. Тамбова) делится на 9 разделов, в которых можно увидеть более 100 экспонатов. Она открывается в окне сайта при помощи плагина AdobeFlashPlayer. В разделе «Здесь во всем история сама» размещены фотографии Тамбова XX века, а раздел «Растущий, строящийся, индустриальный» содержит документы, касающиеся строительства Тамбова в 1954 году. Следующие разделы: «Иных эпох дела и лица», «Дней праздничных веселое слиянье», «В нем для Отечества служили», «В моем Тамбове труженики добрые», «С высоким визитом», «Дружба, испытанная временем», «Наш город старинный прекрасен и молод» — также содержат текстовые документы и фотографии, которые относятся к истории Тамбова. [3]

В разделе «Выставки» на сайте Государственного архива Воронежской области размещено 37 выставок, начиная с 2013 г., одна из которых — «Вследствие высочайшего императорского величества указа... К 230-летию учреждения Воронежского главного народного училища». Она открывается в окне сайта при помощи плагина AdobeFlashPlayer. Всего на выставке представлено 36 экспонатов, среди которых такие интересные документы, как предписание Правителя Воронежского наместничества И. А. Потапова о проведении первого экзамена ученикам Главного народного училища от 26 декабря 1786 г., распоряжение Приказа общественного призрения об освидетельствовании подаренного гражданского дома для Главного народного училища от 9 февраля 1787 г., именной список учеников учителя немецкого языка Савелия Грасмана и др. [4]

Благодаря электронным выставкам архивных документов, не только историки и исследователи, занимающиеся научной работой, могут своими глазами увидеть уникальные документы, но также и школьники, и студенты, и журналисты, и просто люди, интересующиеся историей. Электронные выставки позволяют формировать и поддерживать имидж архива, раскрывать содержание его фонда, повышают комфортность архивного обслуживания.

**Примечания:**

1. Зорина Л. А., Лагунова Е. В. Создание электронных выставок архивных документов : метод. рекомендации. Каменск-Уральский, 2012. 37 с.
2. Государственный архив Тамбовской области [Электронный ресурс]. URL: http://tambovarchiv.ru.
3. Государственный архив социально-политической истории Тамбовской области [Электронный ресурс]. URL: http://gaspito.ru.
4. Государственный архив Воронежской области [Электронный ресурс]. URL: http://www.arsvo.ru.

# Информационный поиск

**А. А. Снеткова,**
*аспирант кафедры*
*информационного менеджмента*
*СПбГИК*

## Информационный поиск в электронной среде

Результаты анкетирования пользователей с целью выявления их предпочтений в выборе путей поиска информации и инструментов его осуществления. Описаны критерии выбора пользователями информационно-поисковых систем, баз данных, а также наиболее популярных инструментов поиска (поисковые поля, фасеты и т. д.).

**Ключевые слова:** поиск информации, информационно-поисковые системы, базы данных, простой поиск, расширенный поиск, поисковые запросы, пользователи информации

**Anna Snetkova**

## Information search in digital environment

The article presents the results of users survey in the selection process of searching information and tools for its implementation. The users criteria for data retrieval system selection, databases and the most popular searching tools such as searching fields, facets, etc.

**Key words:** information search, informational retrieval systems, database, simple search, advanced search, the creation of a search query

Поиск информации сегодня является неотъемлемым элементом образа жизни современного человека. При этом набор возможных инструментов для его осуществления расширяется день за днем, начиная от различных библиотечных сервисов, поисковых систем Интернета и заканчивая поисковыми возможностями социальных сетей, форумов и подобных им сервисов веб 2.0 (теги, метки, геолокация и т.д.). С развитием и распространением новых поисковых инструментов, ориентированных, прежде всего, на удобство и быстроту нахождения ответа на любой вопрос, библиотекам приходится вести конкурентную борьбу за первенство в сфере поиска информации. Чтобы перенять известные достоинства различных инструментов, необходимо четко понимать модель поведения потенциального пользователя информационно-поисковой системы, цели и задачи, которые он ставит перед собой при поиске информации.

Нами было проведено исследование, в котором приняли участие пользователи библиотек Санкт-Петербурга. Анкетирование проводилось в режиме онлайн с помощью заполнения интернет-анкеты. Всего было получено 80 анкет. Целью исследования являлось выявление предпочтений пользователей в выборе инструментов для поиска информации. Анкета содержала 14 вопросов, посвященных актуальности и целям поиска информации, предпочтительных инструментов, ключей и ограничителей поиска, а также блок вопросов социально-демографической направленности.

Возраст участников анкетирования варьируется от 18 до 50 лет, при этом подавляющее большинство из них — молодежь в возрасте от 18 до 35 лет. Основную часть участников анкетирования составили люди с высшим и неполным высшим образованием.

В двух первых вопросах респондентам предлагалось определить, насколько часто они сталкиваются с процессом информационного поиска и какой результат от его совершения ожидают получить. 75% опрошенных ответили, что сталкиваются с поиском информации каждый день, 17%, что несколько раз

в неделю. Таким образом, для абсолютного большинства (92%) опрошенных информационный поиск является важной составляющей их жизни. На вопрос о том, что пользователи ожидают получить в результате, ответы распределились практически поровну: 52% ответили, что при информационном поиске они обычно ожидают получить ответ на конкретный поставленный вопрос, 48%, что ожидают получить подборку документов по теме.

В третьем вопросе респондентам необходимо было выбрать соответствие между целью/тематикой поиска (научные/учебные цели, работа, хобби и развлечения, справка о чем-либо) и частотой его применения. Назначение поиска информации должно определять состав предлагаемых пользователям информационных ресурсов. Так, если для удовлетворения потребностей в справочной информации пользователю будет достаточно обращения к интернет-поисковикам, то для учебных и научных целей должны быть подключены более полные авторитетные источники. Распределение ответов в зависимости от набранной суммы представлено на Рис. 1.

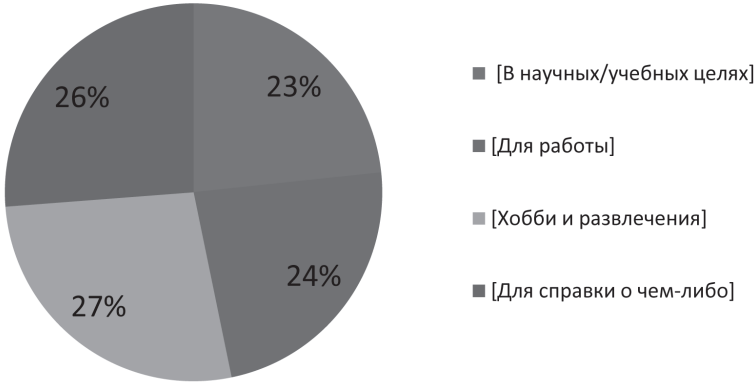



*Рис. 1. Распределение ответов респондентов по вопросу о назначении поиска информации.*

Понимание информационных потребностей пользователей, безусловно, должно обуславливать выбор библиотекой набора информационных ресурсов для дальнейшего предоставления к ним доступа. Так, спрос на справочную информацию должен вести за собой включение в репертуар предлагаемых источников разного рода справочных ресурсов и баз данных; потребности пользователей в сфере досуга должны обуславливать включение в состав ресурсов библиотек аудио-, видео- и мультимедийных ресурсов художественного содержания. Для удовлетворения научных и учебных потребностей необходимо подключение широкого круга полнотекстовых научных ресурсов.

Вопрос 4 («Какими инструментами поиска информации Вы пользуетесь?») предлагал респондентам выбрать все подходящие варианты ответа из предложенных: интернет-поисковики (Яндекс, Google и др.), каталоги библиотек (традиционные), электронные каталоги библиотек, полнотекстовые базы данных и электронные библиотеки. Цель данного вопроса — определить, какие пути поиска информации наиболее предпочтительны, а также насколько респонденты лояльны к библиотечным поисковым инструментам.

Бесспорно, на сегодняшний день для подавляющего числа респондентов наиболее предпочтительным инструментом для поиска информации являются поисковые сервисы Интернета (данный ответ выбрали все опрошенные нами люди). Тем не менее, мы можем отметить большое число тех, кто использует также и такие библиотечные сервисы поиска как электронные каталоги и различные полнотекстовые ресурсы (36 и 32 ответивших соответственно).

Следующий вопрос имел целью определить, какие требования обычно предъявляют пользователи к поисковым сервисам. Распределение мнения респондентов представлены на Рис. 2.

Таким образом, мы видим, что такие качества различных поисковых систем как авторитетность источников, быстрота проведения поиска, простота интерфейса и правил создания поисковых запросов, а также количество информационных ресурсов в системе являются наиболее значимыми для опрошенных.

*Рис. 2. Критерии выбора инструментов поиска информации пользователями.*

Определив основные критерии выбора средств поиска информации, важно было понять, каким образом сопоставляются в сознании пользователя перечисленные качества с наиболее распространенными поисковыми инструментами. С этой целью в анкетировании был представлен вопрос № 6: «Какие поисковые инструменты, на Ваш взгляд, обладают данными критериями?». В данном вопросе респондентам предлагалось заполнить таблицу соответствия, где в левом столбце были указаны критерии, а в верхней строке — предлагаемые инструменты, при этом для каждой строки можно выбрать необходимое количество столбцов. На Рис. 3 наглядно представлены соответствия, с точки зрения респондентов, различных информационно-поисковых систем и критериев их выбора.

Таким образом, мы видим, что интернет-поисковики занимают главенствующее положение в рейтинге, если при выборе информационно-поисковых систем руководствоваться простотой использования, дизайном, быстротой поиска. Немаловажным является мнение респондентов, что данный инструмент поиска отличается от остальных актуальностью ресурсов и простотой получения полного текста. При этом 73 % ответивших отмечают, что пользуются этим инструментом, исходя из привычки.

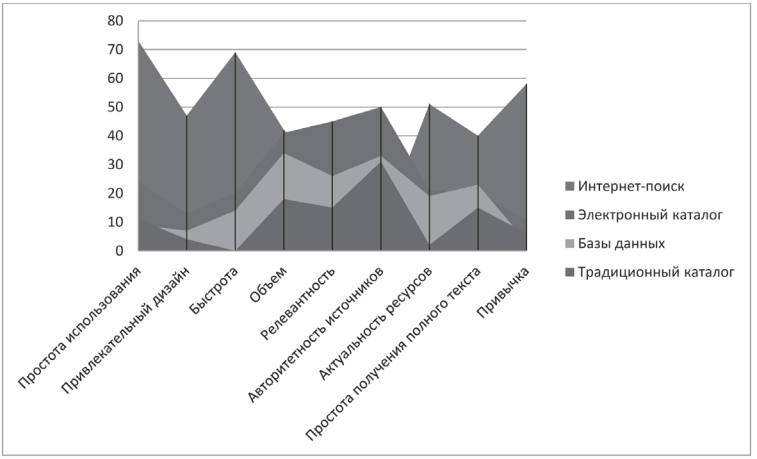



*Рисунок 3. Соответствие информационно-поисковых систем и их качеств/критериев выбора (по выбору пользователей).*

Принимая во внимание ответы на вопрос № 5 относительно важнейших критериев выбора инструмента для поиска, исключим из диаграммы прочие критерии (Рис. 4).

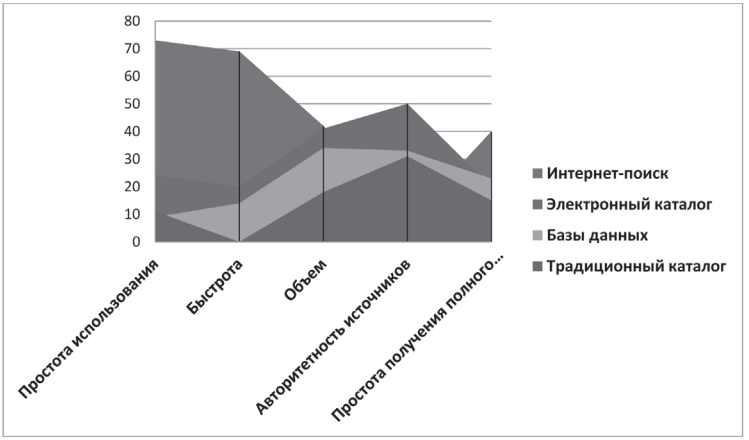



*Рисунок 4. Информационно-поисковые системы и важнейшие критерии выбора.*

Включая в рассмотрение только 5 наиболее важных, по мнению респондентов, критериев выбора поисковой системы, мы можем отметить, что библиотечные сервисы потенциально могут успешно конкурировать с интернет-поисковиками. При этом такой наиболее важный критерий как уровень авторитетности источников признается респондентами очевидно низким для интернет-поиска, и достаточно высоким для таких библиотечных сервисов как электронные каталоги, лицензионные БД и традиционные каталоги. Таким образом, мы можем предположить, что повышение простоты использования (создания поисковых запросов), быстроты осуществления поиска и простоты получения полного текста, может привести к значительному росту использования сервисов библиотек. Помимо этого необходимо работать над выработкой соответствующей привычки у современных пользователей к обращению к библиотечным сервисам для информационного поиска.

Так как большинство библиотек в настоящее время обычно предлагают своим пользователям доступ к набору тех или иных полнотекстовых баз данных, в опрос были включены вопросы относительно знакомства и использования подобных ресурсов. Этим целям отвечали вопросы № 7 («Какие перечисленные базы данных и электронные библиотеки Вам знакомы»?) и вопрос № 8 («Какими перечисленными базами данных и электронными библиотеками Вы регулярно пользуетесь»?). В результате анализа полученных ответов, мы можем определить уровень осведомленности пользователей о различных базах данных. Графически это представлено на Рис. 5.

Таким образом, мы можем видеть, что в целом респонденты достаточно осведомлены о наиболее популярных базах данных и электронных библиотеках. При этом наиболее известными для опрашиваемых являются универсальные ресурсы, такие как: электронная библиотека «Литрес», Национальная электронная библиотека; универсальные научные ресурсы, как: «eLibrary», «КиберЛенинка» и библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ), а также крупные правовые ресурсы как «Гарант».

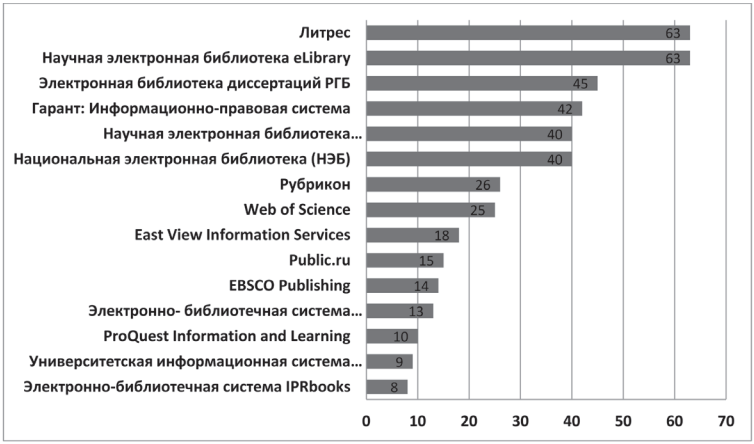



*Рисунок 5. Наиболее известные среди респондентов базы данных и электронные библиотеки.*

Далее необходимо было определить, какими перечисленными ресурсами опрашиваемые пользуются наиболее часто. В результате мы можем выделить ряд наиболее используемых ресурсов. Распределение ответов опрашиваемых представлено на Рис. 6.

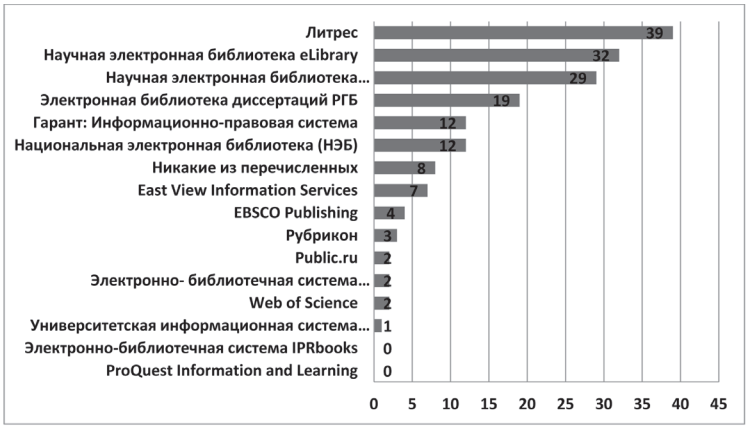



*Рисунок 6. Наиболее используемые базы данных и электронные библиотеки.*

Таким образом, мы имеем набор наиболее используемых респондентами баз данных и электронных библиотек. При этом распределение уровня использования данных информационных ресурсов, безусловно, зависит от опрашиваемой аудитории. Так, наличие среди 5 самых используемых таких ресурсов как Электронная библиотека диссертаций РГБ, «КиберЛенинка» и «eLibrary» обусловлено тем, что большую часть опрашиваемых составляет студенческая (или недавно получившая высшее образование) аудитория.

Последний блок вопросов был посвящен технологии осуществления поиска в электронных каталогах и базах данных. Для рассмотрения были выбраны поисковые средства данных информационно-поисковых систем, поскольку они широко распространены в деятельности библиотек, и понимание пользовательских предпочтений при использовании этих сервисов должно являться стимулом к их модернизации.

Первое, что необходимо было узнать, актуален ли для пользователей расширенный поиск (по сочетанию полей), либо подавляющее большинство пользуется, преимущественно, поиском из одной строки. Этой цели служил вопрос № 9: «Каким видом поиска (в электронных каталогах и базах данных) Вы чаще пользуетесь?». Респондентам предлагалось выбрать один из двух вариантов ответа: 48 % опрошенных выбрали вариант ответа «расширенный поиск», 46% — «простой». Таким образом, мы видим относительно равное распределение выбора режима для поиска, который варьируется в зависимости от требований и сложности запроса, при этом поиск по сочетанию нескольких полей является достаточно востребованным.

Вопрос № 10 «Какими поисковыми полями при поиске в электронных каталогах и базах данных Вы пользуетесь чаще всего?» позволил выделить ряд наиболее необходимых поисковых полей для респондентов. Так, опрошенным предлагалось заполнить таблицу соответствия между поисковыми полями и частотой их использования. Графически распределение ответов представлено на Рис. 7.

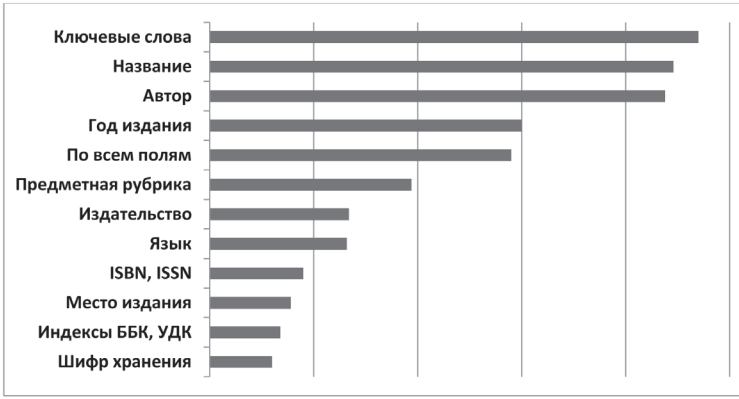



*Рисунок 7. Востребованность поисковых полей пользователями.*

Таким образом, мы можем выделить пять наиболее востребованных поисковых полей как: ключевые слова, название, автор, год издания, предметная рубрика, а также поиск по всем полям. При этом такие поисковые поля как шифры хранения, международные стандартные книжные номера, классификационные индексы и место издания среди опрошенных нами пользователей практически не используются.

Цель вопроса № 11 «Какими фильтрами и ограничителями Вы пользуетесь чаще всего?» заключалась в том, чтобы выделить наиболее используемые способы ограничения и уточнения списка результатов поиска. Респондентам было необходимо заполнить таблицу частоты использования фильтров и ограничителей, как: наличие полного текста, тема документа, годы издания, вид документа и источник. Исходя из ответов на данный вопрос, мы видим, что наиболее используемыми ограничителями поиска являются ограничение темы документов, года издания, а также наличие полного текста документа. Это также подтверждает результаты ответов на вопрос о важнейших критериях при выборе информационно-поисковой системы: для пользователей крайне важны легкость доступа к полному тексту, а также актуальность источников. Графически распределение наиболее популярных ограничителей и фильтров представлены на Рис. 8.

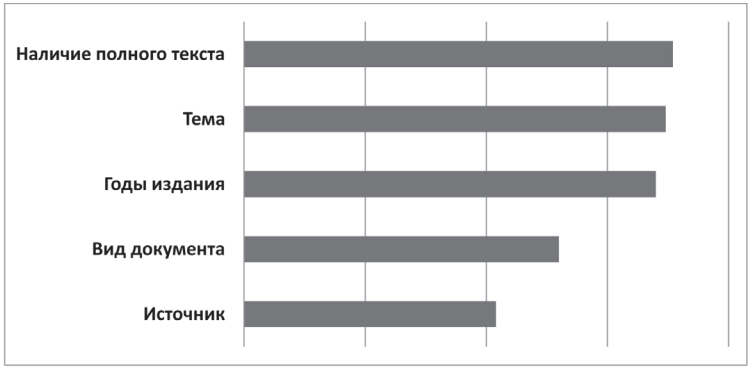



*Рисунок 8. Востребованность фильтров и ограничителей пользователями.*

Подводя итоги проведенного анкетирования, мы можем отметить, что, так как подавляющее число респондентов сталкивается с поиском информации каждый день, информационный поиск поистине является неотъемлемым элементом образа жизни современных пользователей. При этом, респонденты оказались в равной степени заинтересованы как в научной, учебной, справочной информации, так в информации, связанной со сферой досуга и развлечений.

При выборе инструментов для совершения информационного поиска пользователи руководствуются следующими критериями: авторитетность источников, быстрота проведения поиска, простота интерфейса и правил создания поисковых запросов, а также количество информационных ресурсов в системе.

Наиболее предпочтительным инструментом поиска информации для обычного пользователя явились поисковые сервисы Интернета (данный ответ выбрали все опрошенные), так как данные инструменты отличаются простотой использования, дизайном, быстротой поиска. Немаловажным является мнение респондентов, что данный инструмент поиска отличается от остальных актуальностью ресурсов и простотой получения полного текста. При этом мы можем отметить достаточно большое число тех, кто использует также и библиотечные сервисы

поиска как электронные каталоги и различные полнотекстовые ресурсы. Рассматривая важнейшие, по мнению респондентов, критерии выбора информационно-поисковой системы, мы можем отметить, что библиотечные сервисы потенциально могут успешно конкурировать с поисковыми сервисами Интернета. Так, например, такой важный для респондентов критерий, как уровень авторитетности источников, признается респондентами бесспорно низким для интернет-поиска и достаточно высоким для библиотечных сервисов. Мы можем предположить, что повышение простоты использования (создания поисковых запросов), быстроты осуществления поиска и простоты получения полного текста, может привести к значительному росту использования сервисов библиотек.

Мы можем выделить также пять наиболее востребованных среди пользователей поисковых полей: ключевые слова, название, автор, год издания, предметная рубрика, а также поиск по всем полям. Наиболее важными ограничителями результатов поиска являются ограничение темы документов, годов издания, а также наличие полного текста документа.

Помимо этого, выработка соответствующей привычки к обращению для информационного поиска к библиотечным сервисам у современных пользователей может также являться значительным условием для повышения уровня их использования.

Информационно-поисковые системы, в частности те, которые используются в библиотечной деятельности, должны изменяться в зависимости от тенденций времени. Учет предпочтений пользователей при разработке новых и модернизации старых поисковых средств этих систем может значительно повысить их использование.

**Т. Б. Денисова,**
*библиограф,*
*Научно-исследовательский отдел*
*библиографии и библиотековедения,*
*Библиотека РАН, Санкт-Петербург*

## Электронные каталоги ведущих библиотек глазами студентов

Поиск информации в электронных каталогах библиотек, описаны распространенные ошибки в процессе поиска. Методом сравнительного анализа лингвистических средств электронного каталога предложен оптимальный вариант для поиска неподготовленным пользователем.

**Ключевые слова:** информационный поиск, электронные каталоги, библиотечные каталоги, лингвистические средства поиска

**Tatyana Denisova**

## Electronic catalogs of leading libraries through students eyes

Finding information in the library electronic catalog. Common errors in searching process. Comparative analysis of the linguistic tools of the electronic catalog, an optimal type of search for an unprepared user is proposed.

**Key words:** information search, electronic catalogs, library catalogs, linguistic searching tools

Ключом ко всякой науке является вопросительный знак.

*Оноре де Бальзак*

В век информационных технологий практически ни один современный человек не в состоянии представить жизнь без участия в виртуальном пространстве: социальные сети, блоги, информативные сайты стали неотъемлемой частью нашего общества. Сайты библиотек занимают не последнее место в рейтинге, чем особенно может гордиться наше профессиональное сообщество. Согласно исследованиям библиотек, количество читателей виртуального пространства с каждым годом неустанно растет. По сведениям специалистов Российской государственной библиотеки (РГБ) 75% удаленных пользователей составляют студенты профильных вузов с тематическими запросами. [1, с. 254] Основной проблематикой запросов являются темы курсовых и дипломных работ. Специалисты библиотеки составляют библиографические списки по необходимой теме, дают рекомендации по использованию электронных каталогов (ЭК) РГБ, электронной библиотеки для дальнейшей самостоятельной работы.

Казалось бы, рост показателей пользователей информационных ресурсов доказывает, что библиотечное сообщество идет в верном направлении, но нельзя не учитывать факт, что в сознании современного человечества все прочнее утверждается понимание того, что поиск в ресурсах Интернета в свободном доступе все чаще приводит к плачевным результатам. Учитывая это, библиотеки сумели выйти на уровень учреждений-поставщиков качественной, проверенной информации в создании которой задействованы квалифицированные специалисты.

В поисках требуемой информации, пользователь, первоначально обращается к ведущим библиотекам страны как Российская государственная библиотека (РГБ), Российская национальная библиотека (РНБ) и Библиотека российской академии наук (БАН), на основании знания о наличии полного собрания обязательного экземпляра отечественных документов, отсутствием

ограничений, связанных с видом документов, их хронологией, языком, формой носителя информации.

Как было сказано, студенты отечественных высших учебных заведений обращаются к ЭК библиотек для сбора материалов по темам своих курсовых и дипломных работ. Сущность поиска материала в ЭК связана с поиском по библиографическим записям (БЗ), которые обеспечивают библиографическое разыскание на подготовительном этапе разработки какого-либо исследования. БЗ используются для необходимого количественного «наращивания» библиографического списка, а самое главное преимущество БЗ в ЭК библиотек, заключается в заимствовании непосредственно самих библиографических записей, что исключает проблему знания составления библиографической записи согласно ГОСТ 7.1-2003 «СИБИД. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Готовые БЗ в ЭК библиотек прекрасно компенсируют потребности пользователей при составлении верного списка использованной литературы.

Стоит сразу отметить, что библиотеки РГБ, РНБ и БАН используют разное программное обеспечение. РГБ — «ALEPH», продукт компании «Ex Libris»; РНБ — «Primo», продукт той же компании «Ex Libris»; БАН — отечественную систему ИРБИС, разработанную под эгидой ГПНТБ России и ЭБНИТ (Международной ассоциации пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий). Таким образом, поисковые возможности электронных каталогов существенно отличаются и при обращении пользователя к ЭК другой библиотеки требуют дополнительных затрат времени на освоение технологии поиска в данном ЭК, что влияет на студента психологически негативно.

Несложно представить ситуацию, когда молодой исследователь сталкивается с тем, что вынужден самостоятельно подбирать литературу для какой-либо темы с очень смутным пониманием о содержании, и вполне допустимо, что поиск приходится начинать, имея только название курсовой работы. Допустим,

что за студентом-философом закреплена тема курсовой «Средневековая городская культура Ближнего Востока по материалам отечественной историографии», и, обращаясь в ЭК, он строит запрос так, как это обычно делает в поисковых системах Интернета в надежде получить релевантную для себя информацию (максимально полную информацию по теме, желательно без случайных документов), но в ответ получает нулевую выдачу. Если бы студент обратился с данным тематическим запросом к библиотекарю, то библиотечный специалист порекомендовал бы читателю биобиблиографический словарь С. Д. Милибанд «Востоковеды России, XX — начала XXI века», где представлены сведения о востоковедах России и ближнего зарубежья. В данном словаре высока вероятность установить имена исследователей, изучавших данный вопрос ранее, и, прежде чем, рекомендовать читателю словарь, библиотекарь проводит ассоциативные связи между понятиями читателя и понятиями в теме, то есть, является посредником между читателем и документом. Машина проводить такие мыслительные процессы неспособна, работая с ЭК библиотеки в удаленном режиме пользователь должен сам выполнить роль посредника между собой и нужным документом. Каждый исследователь знает о том, чтобы начать работу в малоизвестной ему области, нужно собрать данные о предшественниках, разрабатывавших интересующую тему, но вот вопрос: «Как их найти?». «Ключом ко всякой науке является вопросительный знак», — писал О. де Бальзак. Ясно, что студент должен правильно задать себе вопрос, что станет ключом для релевантной выдачи в ЭК.

Несомненно, что при разработке любого современного ЭК в автоматизированную библиотечно-информационную систему (АБИС) закладываются различные возможности для облегчения тематического поиска посредством лингвистических средств. Самые распространенные: язык ключевых слов (КС), язык библиографического описания (БО), язык предметных рубрик (ПР) и т.д. Но, во-первых, с данными терминами пользователь не знаком, а во-вторых, нет гарантии того, что поисковый образ документа (ПОД) совпадет при поиске с поисковым образом запроса

(ПОЗ), так как, прежде всего, пользователь идет наипростейшим способом, формулируя запрос по названию курсовой. Но, если подобная комбинация не зафиксирована в памяти АБИС, то студент получает нулевую выдачу результатов.

Проблема несовпадения ПОД с ПОЗ очень заботила заведующего библиотекой Института растениеводства (Ленинград) Георгия Викторовича Гейнца (1894–1942). Им был создан комплексно-системный каталог, принцип работы в котором заключался в тесной связи между читателем и комплексными предметными рубриками. Для поиска необходимых комплексных предметных рубрик (на языке современности — «ключевые слова»), Георгий Викторович привлекал специалистов института, что позволило получить научно обоснованную схему. Методом эксперимента Георгий Викторович проверял актуальность и правильность сделанного в каталоге на читателях, и, если требовалось, то перерабатывал материал до тех пор, пока не находил более верного решения. [2]

Предпринимая попытки найти необходимый документ, для идентификации отечественных исследователей изучавших средневековую городскую культуру Ближнего Востока, установлено, что для каждого ЭК эффективен свой вид поиска при заданном условии. Студент не знает конкретного автора, конкретного названия книги, и т.д., но может сузить поиск до одного слова «востоковеды». Одним из самых оптимальных лингвистических средств ЭК РНБ является «Поиск по словарю предметных рубрик». Для ЭК БАН проще будет осуществить поиск «по словарю КС», включив слово «востоковеды». В ЭК РГБ поиск «востоковеды» эффективен по языку БО: по всем элементам, заглавию или теме. Результаты экспериментального поиска представлены в Таблице 1.

Таким образом, мы пришли к выводу, что эффективным поиском для всех ЭК является поиск по тому или иному словарю. Еще более эффективным поиск стал, если бы все БЗ по теме были связаны между собой одной ПР, как в ЭК БАН, но по неустановленным причинам в других библиотеках это не учтено.

| Биб-ка | Вид поиска | Результат | Документ | ПР |
|---|---|---|---|---|
| РНБ | Поиск по словарю ПР | Востоковеды — Россия — 20 — нач. 21 вв. — Словари; | Жарехина Р. М. Востоковеды России : XX — начало XXI в. : материалы к словарю: исправления и дополнения. (2014) | Всем документам присвоены разные ПР, не связанные между собой. |
| | | Востоковеды — Россия — Биобиблиография; | Милибанд С. Д. Востоковеды России : XX — начало XXI в. биобиблиографический словарь (2008)<br>Сорокина М. Ю. Российское научное зарубежье. Пилот. вып. 3 : Востоковедение, XIX — первая половина XX в. (2010) | |
| РГБ | Поиск по всем элементам; заглавию; теме (БО) | По элементам: 45 записей; | Все документы С. Д. Милибанд в период с 1975 по 2008 гг.<br>Жарехина Р. М.Востоковеды России: XX — начало XXI в. : материалы к словарю: исправления и дополнения (2014) | Всем документам присвоены разные ПР не связанные между собой. |
| | | По заглавию: 21 записей | 2 документа: биобиблиографический указатель за 2008 г. и указатель за 2009 г. | |
| | | По теме: 14 записей | Милибанд С. Д. «Библиографический словарь советских востоковедов» (1975) | |
| БАН | Поиск по словарю ключевых слов (КС) | По словарю КС: 15 записей | Все документы С. Д. Милибанд в период с 1975 по 2008 гг. | Всем документам соответствует одна ПР |

*Табл. 1. Результаты поиска в электронных каталогах*

Разрабатывая свои ЭК, крупные библиотеки включали в лингвистические средства собственные списки предметных рубрик, между которыми заданы, достаточно случайные связи, создаваемые по ходу формирования каталогов. [3, с. 46]. По этой причине пользователь постоянно вынужден сталкиваться с неэффективным поиском, потому что ему неизвестны ПР, а ПР разных библиотек вносят еще большую путаницу. Но данную проблему можно решить способом включения единого списка ПР во все ЭК, который, как пример, можно заимствовать в АПУ к таблицам ББК, или использовать рубрики Национального авторитетного файла предметных рубрик (НАФ ПР) Сводного каталога библиотек России (СКБР). Единый список ПР в состоянии связать не только документы одной библиотеки, но и документы всех ведущих библиотек страны, что действительно упростит поиск неподготовленного пользователя.

**Примечания:**

1. Хайцева Л. Б. Пользователи и услуги Российской государственной библиотеки : специализированный аспект // Румянцевские чтения : материалы междунар. науч. конф. (12–13 апр. 2016). — Москва : Пашков дом, 2016. Ч. 2. С. 252–257.
2. Денисова Т. Б. Забытое имя библиотекаря : Георгий Викторович Гейнц (1894– 1942) // Матэрыялы міжнароднага кангрэса «500 гадоу беларускага книігадрукавання» : XIII Мінародныя кнігазнаучыя чытанні» (14–15 верасня 2017 г.). Мінск, 2017. Ч. 2. С. 115–119.
3. Лаврёнова О. А. Тематический поиск в электронных каталогах и электронных библиотеках // Библиотековедение. 2004. № 5. С. 42–50.

## Список сокращений и понятий

АБИС, АИБС — автоматизированная библиотечно-информационная система

АДИТ — Некоммерческое партнерство «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии» (НП АДИТ), Россия

АЭС — атомные электростанции

БАН — Библиотека Российской академии наук, Санкт-Петербург

БЕН РАН — Библиотека по естественным наукам Российской академии наук, Москва

ЗАТО — закрытые административно-территориальные образования

КСОБ СПб — Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга

НИОКР — научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки

НТБ — научно-техническая библиотека

ОБД «Мемориал» — Обобщенный банк данных «Мемориал», URL: https://www.obd-memorial.ru/

ПОД — поисковый образ документа

ПОЗ — поисковый образ запроса

РАНХиГС — Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

РГАСПИ — Российский государственный архив социально-политической истории, Москва

РГИА — Российский государственный исторический архив, Санкт-Петербург

РНБ — Российская национальная библиотека, Санкт-Петербург

СВС — служба виртуальной справки

3D mapping (видеомэппинг) — технология проецирования трехмерного изображения на любую поверхность

УБИС — Управление библиографическими информационными службами ЦГПБ им. В. В. Маяковского

ЦБС — централизованные библиотечные системы

ЦГПБ им. В. В. Маяковского — Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского, Санкт-Петербург

SMM (social media marketing) — маркетинг в социальных сетях

## Сведения об авторах

**Аврамова Елена Викторовна,** заведующая сектором «Информационно-библиографический центр» Управления библиографическими информационными службами ЦГПБ им. В. В. Маяковского, Санкт-Петербург, e-mail: avramova@pl.spb.ru

**Андреева Александра Николаевна,** главный библиограф информационно-библиографического отдела Российской национальной библиотеки, Санкт-Петербург, e-mail: andreeva@nlr.ru

**Беркутова Ляля Сергеевна,** преподаватель Санкт-Петербургского техникума библиотечных и информационных технологий, канд. пед. наук, e-mail: lsb5@yandex.ru

**Глушановский Алексей Валерианович,** старший научный сотрудник Библиотеки по естественным наукам РАН (БЕН РАН), Москва, e-mail: avglush@benran.ru

**Громова Ольга Михайловна,** специалист по библиотечно-выставочной и досуговой деятельности, Центральная районная библиотека им. Н. В. Гоголя ЦБС Красногвардейского района, Санкт-Петербург, e-mail: ya.gromovaolga@yandex.ru

**Гук Дарья Юрьевна,** старший научный сотрудник Государственного Эрмитажа, Санкт-Петербург, член Президиума НП «АДИТ», канд. филол. наук, e-mail: hookk@hermitage.ru

**Гурьянова Виктория Сергеевна,** заместитель заведующего отделом специальных проектов Музея-заповедника «Сталинградская битва», Волгоград

**Денисова Татьяна Брониславовна,** библиограф сектора библиотековедения, Научно-исследовательский отдел библиографии и библиотековедения (НИОБиБ), Библиотека Российской Академии наук, Санкт-Петербург, e-mail: tatahan82@mail.ru

**Зоткина Вера Юрьевна,** главный библиограф Отдела библиотечного маркетинга (ОБМ) Центральной библиотеки Волгограда Волгоградского муниципального учреждения культуры «Централизованная система городских библиотек», e-mail: obmcsgb@mail.ru

**Кий Марина Игоревна,** доцент кафедры информационного менеджмента, Санкт-Петербургский государственный институт культуры, канд. пед. наук, e-mail: mkij@mail.ru

**Кузнецова Элла Германовна,** заведующая сектором Управления библиографическими информационными службами ЦГПБ им. В. В. Маяковского, руководитель проекта «Служба виртуальной справки Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга, e-mail: ariel@pl.spb.ru

**Медведева Ольга Владимировна,** заведующая кафедрой библиотечно-информационных ресурсов Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина, e-mail: movlad2009@yandex.ru

**Морозова Наталья Викторовна,** заместитель декана факультета Документных коммуникаций, старший преподаватель кафедры информатики и документоведения Орловского государственного института культуры, e-mail: Morozova3523@yandex.ru

**Нещерет Марина Юрьевна,** ведущий научный сотрудник Центра по исследованию проблем развития библиотек в информационном обществе Российской государственной библиотеки, Москва, канд. пед. наук, e-mail: mner@rsl.ru

**Ожиганова Марина Владимировна,** ведущий библиотекарь, Центральная районная библиотека им. Н. В. Гоголя ЦБС Красногвардейского района, Санкт-Петербург, e-mail: feya0504@mail.ru

**Панкова Елена Валериевна,** директор Санкт-Петербургского техникума библиотечных и информационных технологий, канд. пед. наук, e-mail: pankova@spbbt.ru

**Панфилова Юлия Вячеславовна,** секретарь, Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

**Парамонова Ирина Евгеньевна,** начальник архивно-библиотечного отдела, Всероссийский научно-исследовательский проектно-конструкторский и технологический институт электромашиностроения (АО «ВНИТИ ЭМ»), Санкт-Петербург, e-mail: par.ira@mail.ru

**Савкина Светлана Владимировна,** доцент кафедры технологии документальных коммуникаций Кемеровского государственного института культуры, канд. пед. наук, e-mail: light_foton@mail.ru

**Сахаренкова Рада Сергеевна,** заведующая сектором по продвижению информационных технологий инновационно-методического отдела ЦГБ им. Н. А. Некрасова МУК ЦБС города Краснодара, e-mail: saharenckova@mail.ru

**Севостьянова Ирина Вячеславовна,** заведующая Отделом методической и инновационной деятельности Центральной городской библиотеки им. В. Маяковского (г. Саров, Нижегородская область) , e-mail: sevostyanova.i@yandex.ru

**Семыкина Ольга Олеговна,** ведущий библиотекарь Библиотеки № 5 им. Н. Рубцова Невской ЦБС, Санкт-Петербург, e-mail: rublib@yandex.ru

**Снеткова Анна Александровна,** аспирант кафедры информационного менеджмента Санкт-Петербургского государственного института культуры, e-mail: a.a.snetkova@gmail.com

**Соколова Анна Владимировна,** зав. сектором иностранной библиографии Управления библиографическими информационными службами ЦГПБ им. В. В. Маяковского, Санкт-Петербург, e-mail: annvsokolova@gmail.com

**Хрущ Дарья Александровна,** научный сотрудник отдела специальных проектов Музея-заповедника «Сталинградская битва», Волгоград, e-mail: specialprojects.mzsb@gmail.com

**Яцук Екатерина Александровна,** заведующая отраслевым отделом по направлению «Юриспруденция» Научной библиотеки им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ), e-mail: yacuk.e@jurfak.spb.ru

Научно-издательский центр ЦГПБ им. В. В. Маяковского
Тел. (812) 385-10-88
E-mail: office@pl.spb.ru

Подписано в печать с электронного макета.
Формат 84×108 $^{1}/_{32}$. Бумага офсетная.
Гарнитура Таймс. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 9,7. Заказ № 1901. Тираж 200 экземпляров.