



С.А. Кабакчей

Р.В. Кулакова

Кабакчей Софья Алексеевна, магистрант 2 курса группы МВ/маг-25 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33).

Кулакова Рита Валентиновна, магистрант 2 курса группы МВ/маг-25 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: reta.kulakowa@yandex.ru

Научный руководитель: **Уржумова Ольга Михайловна**, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой информационно-библиотечной деятельности и документоведения Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: Urzhumova_om@mail.ru

РОЛЬ ВЕБ-САЙТОВ И ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ

Статья посвящена вопросам формирования имиджа современной библиотеки посредством веб-сайтов и электронных информационно-библиографических ресурсов. В условиях цифровой трансформации библиотеки активно осваивают интернет-пространство для продвижения своих услуг и укрепления позиций в общественном сознании. В фокусе исследования – анализ функций

библиотечных веб-представительств, классификация электронных ресурсов, а также практические аспекты популяризации виртуальных библиографических продуктов. На основе изучения научных публикаций обоснована необходимость комплексного подхода к информатизации публичных библиотек, включающего создание материально-технической базы, автоматизацию процессов и развитие веб-инфраструктуры.

Ключевые слова: имидж библиотеки, веб-сайт, электронные ресурсы, виртуальные услуги, цифровизация, библиотечный маркетинг, информационное пространство.

S.A. Kabakchey

R.V. Kulakova

Kabakchey Sofya Alekseevna, 2nd-year master's student of MV/mag-25 group of the Faculty of Humanities Education of the Krasnodar State Institute of Culture (33, 40-letiya Pobedy St., Krasnodar).

Kulakova Rita Valentinovna, 2nd -year master's student of MV/mag-25 group of the Faculty of Humanities Education of the Krasnodar State Institute of Culture (33, 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: reta.kulakowa@yandex.ru

Scientific supervisor: **Urzhumova Olga Mikhailovna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Library and Information Activities and Documentation of the Krasnodar State Institute of Culture (33, 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: Urzhumova_om@mail.ru

THE ROLE OF WEBSITES AND ELECTRONIC RESOURCES IN SHAPING THE IMAGE OF A MODERN LIBRARY

The article is devoted to the issues of shaping the image of a modern library through websites and electronic information and bibliographic resources. In the context of

digital transformation, libraries are actively exploring the Internet space to promote their services and strengthen their positions in the public consciousness. The focus of the study is on the analysis of the functions of library web representations, the classification of electronic resources, and the practical aspects of the promotion of virtual bibliographic products. Based on the study of scientific publications, the article substantiates the need for a comprehensive approach to the informatization of public libraries, which includes the creation of a material and technical base, the automation of processes, and the development of web infrastructure.

Key words: library image, website, electronic resources, virtual services, digitalization, library marketing, information space.

Сегодня веб-сайты являются основными источниками информации. Не удивительно, что различные учреждения, предприятия и общественные организации стремятся иметь своё представительство именно в этом аспекте. Библиотеки также не являются исключением.

Переход на цифровой формат обеспечения запросов пользователей полностью меняет положение библиотеки в социуме, расширяя и многократно усложняя её функции. Виртуальное пространство современной библиотеки представляет собой сложную экосистему, включающую веб-сайт организации, электронный каталог, подписные полнотекстовые ресурсы (в том числе Национальную электронную детскую библиотеку – НЭДБ), а также разветвлённые каналы коммуникации в социальных сетях, блогах и мессенджерах.

Социальные медиа открывают перед библиотекарями практически безграничный простор для общения с читателями и продвижения библиотечных услуг. Так, во многих учреждениях уже стало повседневной практикой размещение на собственном веб-сайте информации о проводимых мероприятиях, конкурсах, книжных выставках, распространение библиотечно-

библиографической информации, проведение опросов и т.д. Среди преимуществ официальных сайтов библиотек перед социальными сетями можно выделить возможность информирования пользователей о ресурсах и услугах библиотеки, а также возможность пользователям получать достоверную информацию, проверенную до загрузки на сайт. Представительства библиотек в сети Интернет выполняют несколько функций, основную из них можно сформулировать как повышение востребованности библиотеки в режиме офлайн, то есть представительства в социальных медиа выступают в качестве поддержки основной деятельности библиотеки.

Методике популяризации и продвижения виртуальных библиографических ресурсов и продуктов посвящено достаточно много исследований. Здесь можно отметить следующие работы: В. Армса, А.Б. Антопольского, Т.Ф. Берестова, Н.И. Гендина, А.И. Земскова, Н.И. Сакович, А.В. Соколова и др. [1; 2; 4–6]. В ряде публикаций этих авторов проводится анализ понятия «электронно-библиотечная система», а также предлагается обзор существующих на информационном рынке России электронных образовательных ресурсов. Существуют разные трактовки основных понятий электронных библиотек в стране и за рубежом. В переводной монографии В. Армса «Электронные библиотеки» излагается позиция автора, принятая сегодня в ряде зарубежных стран. Этому же подходу придерживаются и другие авторы, в частности, А.Б. Антопольский и его коллеги [1]. Позиция А.И. Земскова и Я.Л. Шрайберга заключается в разнообразии взглядов и концепций, существующих в профессиональной сфере. Однако в последнее время позиции специалистов начали сближаться, наметилась тенденция к поиску взаимоприемлемых подходов. К сожалению, в небольшом количестве имеются практические примеры организации работы по продвижению и популяризации виртуальных библиографических ресурсов и продуктов в

библиотеке, такие как работы следующих авторов: П.А. Бондаренко, С.Г. Ермаков, Н.В. Михайличенко, Е.А. Складорова, И.П. Тикунорова и др.

Механики продвижения виртуальных библиографических ресурсов и продуктов средствами официального сайта. С целью формирования электронных ресурсов, информационных ресурсов и продуктов, развития новых форм обслуживания и обеспечения доступности информации на качественно новом уровне в настоящее время осуществляется последовательная информатизация публичной библиотеки [5]. Она включает:

- 1) создание материально-технической базы, в том числе определение необходимого количества автоматизированных рабочих мест для сотрудников и пользователей;
- 2) приобретение лицензионных программных продуктов, подключение к сети Интернет;
- 3) автоматизацию всех основных библиотечных процессов: управленческих, технологических (комплектование, обработка и каталогизация, создание справочно-библиографического аппарата и др.), библиотечного обслуживания, информационного обеспечения читателей, управление библиотекой (библиотечной системой);
- 4) реализацию новых технологических возможностей, в том числе формирование и наращивание информационных электронных ресурсов, развитие веб-сайта библиотеки для размещения информации о ресурсах и услугах, предоставление удалённого доступа к электронным ресурсам и виртуальным услугам, участие в корпоративных проектах.

Основным электронным ресурсом, который библиотека формирует самостоятельно – либо совместно с другими библиотеками, либо на основе использования корпоративного ресурса – является электронный каталог на фонд библиотеки. Электронный каталог должен быть обязательно размещён на сайте библиотеки [2]. Помимо электронного каталога, публичная библиотека может

самостоятельно создавать разнообразные базы данных: библиографические, фактографические, полнотекстовые, в том числе базу официальных документов, принимаемых органами местного самоуправления, и размещать данную информацию на своем сайте. Крупные библиотеки принимают участие в реализации информационных проектов, создают собственную электронную коллекцию и отражают эту деятельность на веб-сайте.

В дополнение к имеющимся в библиотеке электронным ресурсам на её веб-сайте могут размещаться:

- 1) коллекции полезных интернет-ссылок;
- 2) списки интернет-адресов;
- 3) информационные навигаторы, обеспечивающие новые библиотечно-информационные формы работы (виртуальная справочная служба, электронные презентации информационных ресурсов и услуг библиотек).

Среди всего многообразия ЭИР одно из центральных мест в обслуживании аудитории занимают виртуальные книжные выставки и рекомендательные списки. Виртуальная библиотечная выставка представляет собой мультимедийный продукт, органично сочетающий специально подобранный массив электронных документов и раскрывающий информационные ресурсы с целью рекомендации пользователям. Преимущества таких продуктов перед традиционными экспозициями неоспоримы: они позволяют демонстрировать публикации без их изъятия из фонда, снимают ограничения по сроку функционирования, предоставляют возможность детального изучения шрифтов, иллюстраций, экслибрисов через масштабирование, а также обеспечивают доступ 24/7 из любой географической точки.

Специфика библиотек заключается в необходимости содействия духовному росту человека, формированию потребности в самопознании и приобщению к культуре. Это требует отказа от сухих библиографических

перечней в пользу создания информационных проектов, требующих продуманной архитектуры, интерактивности и систематической коррекции [3]. Библиографическое обслуживание виртуализируется через электронные указатели, виртуальные справки, предоставляющие списки литературы, фактографические сведения и ссылки на проверенные интернет-ресурсы, не требуя от пользователя физического посещения учреждения.

В обязательном порядке библиотека создаёт информационные услуги военно-патриотической направленности (тематические базы данных, отражающие области развития этого направления, его историческую память), нравственно-духовной направленности, образовательно-просветительской и т.д. Описанные тенденции обусловлены расширением круга информационных запросов и потребностей пользователей библиотек. Современному читателю необходим точный, чёткий, полнотекстовый ответ на запрос. Эту возможность могут предоставлять библиотечные сайты, которые читатель-пользователь отождествляет с самой библиотекой, поэтому ждет от него полноценного информационного обслуживания.

Важно отметить, что в общей теории маркетинга, как утверждает Е.А. Ершов, официальный сайт любой организации является основным и наиболее эффективным средством продвижения и распространения информации об этой организации и осуществляемой ею деятельности. Веб-сайты организаций как базовая основа являются платформой для формирования всех видов рекламных интернет-коммуникаций. Кроме того, специалисты утверждают, что традиционные средства массовой информации (телевидение, радио, пресса) при всех своих достоинствах сегодня и в будущем не способны обеспечить надлежащий уровень оперативности, требуемый современному человеку. Поэтому все большую популярность и востребованность приобретает интернет, достоинством которого является возможность корректировки информации несколько раз в день на веб-сайте.

И.Н. Перепелкин подчеркивает, что веб-сайт в большей степени, чем любые другие средства продвижения услуг и продуктов отражает индивидуальность организации, создаёт эффект присутствия и непосредственного взаимодействия с этой организацией. Опираясь на это высказывание, делаем вывод, что посещение веб-сайта библиотеки читателем имеет такой же эффект, как реальный визит в нее, а иногда оказывается эффективнее, проще и быстрее, т.к. предоставляет возможность пользователю выбрать интересующий его информационный ресурс или продукт в спокойной обстановке. Кроме того, публикация на библиотечном веб-сайте дополнительной информации, не связанной непосредственно с библиотечными услугами, дает возможность привлечения дополнительного внимания к рекламе библиотеки. Это могут быть новости, информация о погоде, спорте и т.д. Такой подход служит средством привлечения значительной части нецелевой аудитории, создаёт устойчивый имидж библиотеки и таким образом привлекает новые сегменты пользователей.

Важным аспектом формирования позитивного имиджа библиотеки в цифровой среде является соблюдение требований доступности электронных ресурсов для различных категорий пользователей, в том числе для инвалидов по зрению [7]. Реализация модельного стандарта деятельности общедоступной библиотеки и выполнение задач национального проекта «Культура» создают необходимые условия для модернизации библиотечной инфраструктуры и повышения качества предоставляемых услуг. Таким образом, стратегическое развитие веб-представительства библиотеки, основанное на комплексном использовании электронных ресурсов, современных технологий и маркетинговых инструментов, способствует не только повышению информационной доступности, но и формированию привлекательного современного имиджа библиотеки как центра культурного, образовательного и социального развития территории.

Список источников

1. Антопольский, А.Б. Опыт классификации информационных ресурсов академических организаций социогуманитарного профиля / А.Б. Антопольский // Перспективные направления научных исследований и критические технологии в классификационных системах: научно-практическая конференция, 25-27 октября, 2017 г.: материалы конференции. – Москва: ВИНТИ РАН, 2017. – С. 12-16.
2. Армс, В. Электронные библиотеки: учеб. пособие для обучения в вузах по курсам «Информатика» и «Информ. Системы» / Вильям Армс; [Пер с англ. Арнаутова С.А. науч. ред. пер. Максимов Н.В.]. – Москва: ПИК ВИНТИ. 2001. – 273 с.
3. Боронина, Н.В. Виртуальная и дополненная реальность как наиболее популярное направление культурно-досуговой деятельности научных библиотек / Н.В. Боронина // Научно-исследовательская работа в библиотечной теории и практике. Ежегодный межведомственный сборник научных трудов. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. – Москва, 2022. – С. 5-9.
4. Берестова, Т.Ф. Общедоступная библиотека как часть информационного пространства: Теоретико-методологические основания / Т.Ф. Берестова: дис. д-ра пед. наук: 05.25.03. Москва, 2005. – 408 с.
5. Гендина, Н.И. Краеведческие электронные информационные ресурсы библиотек в контексте единого информационного пространства / Н.И. Гендина, Н.И. Колкова, Л.Н. Рябцева // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. – 2020. – № 10. – С. 13-21.
6. Земсков, А.И. Электронные библиотеки: учеб. пособие / А.И. Земсков, Я.Л. Шрайберг. – Москва: Либерия, 2011. – 91 с.

7. Матвеев, М.Ю. Вопросы имиджа библиотек и библиотекарей в зарубежных социологических исследованиях / М.Ю. Матвеев // Книга. Исследования и материалы. – 2008. – № 89. – С. 142-155.

8. Уржумова, О.М. Арт-терапевтические методы в практике современной общедоступной библиотеки. Библиография и книговедение. 2024; (3): 57-68.