



Государственное бюджетное учреждение культуры  
Архангельской области «Архангельская областная научная  
ордена «Знак Почета» библиотека имени Н.А. Добролюбова

## **Библиотечная практика: новое, полезное, интересное**

Дайджест

Выпуск 7

Составители:  
О. Н. Кирюх, главный библиотекарь  
сектора комплектования и учета библиотечного  
фонда ОФФК,  
М. В. Дорофеева, библиотекарь  
Центра международных информационных ресурсов

Архангельск  
2015

**СОДЕРЖАНИЕ:**

<b>Библиотека в окружающем мире .....</b>	<b>3</b>
Современные тенденции развития библиотек .....	3
Реклама и PR библиотеки.....	3
<b>Организация работы в библиотеке.....</b>	<b>6</b>
Библиопространство .....	6
Библиотека идёт к вам.....	9
IT-технологии .....	10
Кадры решают всё.....	13
Из опыта зарубежных коллег.....	15
<b>Основные направления деятельности библиотек .....</b>	<b>18</b>
Библиотеки и краеведение .....	18

## Библиотека в окружающем мире

### *Современные тенденции развития библиотек*

**Фомичёва, И. Человек и городская среда: как её формирует печать? / Ирина Фомичёва // Библиотека. – 2015. - № 3. – С. 18-21.**

Профессиональная программа «Библиотека в городе» в рамках Красноярской ярмарки книжной культуры 2014 г. собрала представителей разных стран и профессий для обсуждения того, что может дать библиотека горожанам, нужна ли она и какой должна и может быть.

Директор библиотеки г. Франкфурт-на-Одере (Германия) Дирк Виссен отметил важность привлечения к её работе жителей города. Например, в Германии популярен способ под названием «Опека над книгами», когда горожане оплачивают реставрацию ценных книг. А на мероприятиях цикла «Рассказы о жизни» посетители библиотеки рассказывают о своих судьбах, каких-то важных событиях. Некоторые рассказы потом беллетризуются, и выпущенные сборники пополняют фонды библиотек. Регулярно проходят встречи волонтеров за чашкой кофе, где заинтересованные люди обсуждают, в каком качестве они могли бы помочь библиотеке.

Библиотека Штутгарта (Германия) – успешное и привлекательное для всех жителей города место встреч и общения. На всех десяти этажах в отделах «Жизнь», «Дети», «Музыка», «Литература», «Знания», «Искусство», «Мир» есть зоны справочной литературы, кабинеты для индивидуальных и групповых занятий, стенды для выставок. В отделе «Графотека» посетитель может взять произведения современных художников, чтобы на 8 недель повесить у себя дома или в офисе. Стоимость услуги – 2,5 евро страхового взноса.

Красноярская краевая специальная библиотека реализует проект «Картины, которые видят все». Его цель – познакомить слабовидящих читателей с различными видами искусства. Произведения живописи, размещённые на стенах библиотеки, снабжены QR-кодом со словесным описанием изображённых сюжетов. В качестве аудиогидов, способных считывать QR-коды с экспонируемых картин, служат смартфоны. Посетитель может самостоятельно пройти вдоль стен с произведениями искусства и получить информацию о них.

### *Реклама и PR библиотеки*

**Бобкова, О. Н. Видимая, слышимая, узнаваемая... / Ольга Николаевна Бобкова // Современная библиотека. – 2015. - № 5. - С. 16-17.**

Центральная городская библиотека им. Н. К. Крупской г. Тамбова разработала PR-проект «Видимая, слышимая, узнаваемая библиотека» с целью повысить статус учреждения в городском сообществе.

На сайте библиотеки создали виртуальный клуб «Открытое чтение», посетители которого знакомятся с обзорами новинок, медиапрезентациями «Литературный гид», буктрейлерами, лонг-листами финалистов национальной литературной премии «Большая книга».

Интересной находкой стал книжный аукцион «Ты – мне, я – тебе», проведенный в рамках проекта. В этот день библиотекари собирали рекомендации читателей о понравившихся книгах. Результатом опроса стал выпуск двух шорт-листов «Пять баллов», в который вошли «Зимний дом» Д. Леннокс, «Инферно» Д. Брауна, «Женщины Лазаря» М. Степновой, «Ошибка молодости» М. Метлицкой и другие книги.

О новостях, ресурсах, услугах и предложениях библиотека оповещает жителей с помощью многофункционального портала «Живи легко! ВТамбове.ru», информационного портала PROTAMBOV.ru, социальной сети «ВКонтакте». В городском общественном транспорте разместили внутрисалонные постеры «Есть пять причин посетить библиотеку», для этого выбрали наиболее протяженные маршруты, пересекающие весь город. На остановках городского транспорта библиотекари раздают информационные и рекламные материалы, флаеры «Время читать!», «Библиотека или кино... Выбор за вами!». Молодежи понравилась акция «Запиши друга в библиотеку – получи книгу в подарок». Лидер – студент колледжа – привел 12 сокурсников, а всего в ходе акции у библиотеки прибавилось 139 читателей.

Информировать о новинках и событиях помогает звуковая реклама. Библиотечные окна используются как пространство для визуализации образа учреждения. Сувенирная продукция – пакеты, магниты, брелоки для ключей с символикой Центральной городской библиотеки им. Н. К. Крупской - становятся подарками партнерам, гостям и участникам библиотечных мероприятий.

***Левашко, М. И. Организация поэтического флешмоба: как, где, зачем / М. И. Левашко // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. - № 2. – С. 52-54.***

Организаторы выставки «Россия-2014. От острова до полуострова», проходившей в Москве в сентябре 2014 г., привлекли к участию в литературных чтениях библиотеки Юго-Восточного административного округа столицы и литературный клуб «А'построф». Основная задача состояла в том, чтобы придать мероприятию нетрадиционный формат, позволяющий вовлечь публику в данный процесс. Учитывая тематику выставки – экспедиция от Владивостока до Севастополя – решили провести поэтический флешмоб патриотической направленности.

Литературный клуб «А'построф» разработал концепцию флешмоба: группа участников рассредотачивается в месте наибольшего скопления посетителей, но обязательно вблизи видеоэкранов. Неожиданно первый участник начинает громко читать известное стихотворение. На втором четверостишии к нему присоединяется второй участник, и они читают вдвоем. К ним присоединяется третий участник, потом четвертый и т. д. Затем один из них прерывается, обращает внимание посетителей на видеоэкраны, где появляется текст стихотворения, и предлагает присоединиться к «хоровому» чтению. После чего участники предлагают зрителям по желанию прочитать строки из любимого стихотворения и дружно поаплодировать друг другу.

Централизованная библиотечная система Юго-Восточного округа представила на выставке свою мобильную QR-библиотеку о самых знаменитых путешествиях по России, разослала пресс-релизы о поэтическом флешмобе в различные СМИ и иные заинтересованные организации, предоставила плазменный телевизор для трансляции текстов стихотворений.

Подобный флешмоб можно провести как в рамках фестиваля, выставки, концерта, так и в качестве самостоятельного мероприятия на улице, в торговом центре. Выбор тематики не ограничен. Количество участников может варьироваться от 2-3 человек до 100 и более. Достаточно, чтобы чтецы хорошо знали произведение и могли попадать в единый ритм. Нелишним будет предусмотреть нескольких «случайных» зрителей, которые с радостью откликнутся на призыв прочитать любимые строки.

***Тетенов, С. А. Партизанский маркетинг: как это работает / Сергей Александрович Тетенов // Современная библиотека. – 2015. - № 5. – С. 21-23.***

Понятие «партизанский маркетинг» (guerrilla marketing) придумал в 1984 г. Джей Конрад Левинсон. Это способ организации рекламных компаний со скромными

бюджетами. Главными инструментами здесь служат необычные рекламные носители, нестандартный способ подачи информации и, самый важный момент, - точечное информирование целевой аудитории.

Проанализировав существующие методы партизанского маркетинга, сотрудники службы психологической поддержки чтения Библиотеки им. А. М. Береснева г. Кемерово разработали программу продвижения чтения и рекламы муниципальных библиотек города «Библиомаркетинг», реализованную в 2014 г. В рамках программы использовали следующие методы:

*Вирусный маркетинг* – это совокупность методов распространения информации о товаре и услуге, где главным распространителем рекламной информации является сама целевая аудитория. В качестве «вирусных» методов рекламы библиотек было предложено:

- распространение среди кемеровчан «пробников» книг – буклетов, содержащих не просто библиографическое описание, а выдержки из произведений;
- викторины на асфальте: в многолюдных местах на асфальте мелом пишутся вопросы литературной викторины и дается адрес библиотеки, куда можно сообщить правильный ответ и получить приз (например, бесплатное ксерокопирование);
- реклама сайта библиотеки на асфальте (адрес размещается без каких-либо пояснений, что создает интригу и подталкивает потенциальных пользователей посетить сайт);
- распространение QR-кодов для скачивания книг на рекламных плакатах, фасадах библиотек, памятниках писателям, на вокзалах, различных объектах в местах отдыха горожан и т. д.

*Провокационный маркетинг* предполагает эмоциональное вовлечение адресата. Задача – удивить или шокировать целевую аудиторию, вызвать любопытство или недоумение. Здесь библиотека действовала такими методами:

- использование маркировки «18+» на книгах, содержание которых вполне допустимо для детской и подростковой аудитории, при этом они находятся в свободном доступе. Можно предполагать, что такие издания вызовут у ребят особое внимание;
- использование «испорченных» книг: в изданиях, которые подростки читают (в первую очередь – книгах по школьной программе) детским почерком делается надпись типа: «Онегин – отстой! Классная книга - ... (название)». Такая надпись в библиотечной книге будет восприниматься подростком как общественный вызов, а человек, позволивший себе такое, - как смелый и независимый бунтарь, к его мнению непременно прислушаются.

*Кобрендинг*, или совместный брендинг, ставит своей задачей расширение осведомленности о своем товаре или услуге посредством сотрудничества с другими фирмами и использования их клиентских баз. Библиотеки предлагают предприятиям и организациям города разместить их рекламную продукцию (визитки, буклеты) в тематической литературе из своих фондов, взамен те оказывают библиотекам спонсорскую помощь или предоставляют рекламное место. Кроме того, рекламная продукция библиотеки раскладывается в местах вынужденного ожидания людей (аэропорт, вокзал, парикмахерская, холл поликлиники и др.).

Результаты реализации программы показали, что эффективность партизанского маркетинга достаточно высока. Значительно возросла информированность горожан о муниципальных библиотеках города, увеличилась посещаемость библиотек и сайта Муниципальной информационно-библиотечной системы г. Кемерово, возросло число предприятий и организаций, сотрудничающих с муниципальными библиотеками.

***Шишкова, Н. А. Читающий транспорт / Наталья Алексеевна Шишкова // Современная библиотека. – 2015. - № 5. – С. 42-44.***

Цель проекта «Читающий город» в Централизованной системе библиотек г. Курска – наполнить досуг горожан интересным и полезным содержанием. Проект состоит из трех модулей на открытых, доступных большому числу людей площадках: «Читающий маршрут» (маршрут троллейбуса № 1), «Трамвай-книгочей» (маршрут трамвая № 3) и «Летний парк чтения» (в Парке Героев Гражданской войны).

Каждая поездка «Читающего маршрута» (а проходят они раз в месяц) посвящена определенной дате или событию. Во Всемирный день поэзии, 21 марта, троллейбус превратился в поэтический салон. Известные и начинающие авторы читали свои стихи, а слушатели с удовольствием брали у них автографы. Сотрудники библиотеки рассказывали о курских поэтах, делились познавательными фактами о поэзии. Желающие читали свои произведения у «свободного микрофона».

Во Всемирный день книги и авторского права, 24 апреля, обычная поездка стала увлекательным путешествием в мир литературных героев. Неожиданностью стал библиотечный флешмоб «Да здравствует человек читающий». Счастливицу, вошедшему в троллейбус на остановке, названной в честь Н. В. Гоголя, сотрудница в костюме Солохи вручила суперприз и розу.

В День молодежи, 27 июня, пассажиры познакомились с молодыми учеными, спортсменами, музыкантами и писателями. Студенты разных вузов города читали стихи, исполняли музыкальные номера, принимали участие во флешмобе «Молодежь Курска – большая сила! Мы не подведем тебя, Россия!».

Второй модуль проекта – «Трамвай-книгочей». Визитной карточкой площадки стали Домовенок Кузя, «Дерево пожеланий» с приятными прогнозами на лето и суперприз «Счастливый пассажир». Мероприятия по формату похожи на те, что проходят в «Читающем троллейбусе», только иначе расставляются акценты и выбираются темы. Например, в День семьи, любви и верности речь шла о любви святых Петра и Февронии. Поэты вдохновенно декламировали стихи о семье, о родителях и детях. Маршрут стал счастливым для тех, кто вошел на остановке «Площадь Рокоссовского», рядом с которой находится ЗАГС. Каждая семейная пара получила памятные сувениры.

## **Организация работы в библиотеке**

### ***Библиопространство***

***Климкина, О. Б. Зонирование пространства современной библиотеки с целью привлечения читателей разных возрастов и сфер интересов / О. Б. Климкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. - № 5. – С. 4-7.***

Библиотека № 30 ГБУК г. Москвы «ЦБС ЮВАО» стала четвертой московской модернизированной библиотекой нового формата. Белые стены, белые столы и диваны, салатные стулья, мягкие кресла сочного травяного цвета, стеклянные двери, стеклянные перегородки и огромные стеклопакеты сделали пространство свежим, просторным и легким. Книжный фонд открыт, нет традиционного деления на «Абонемент» и «Читальный зал», все книги расположены по периметру помещения, от пола до потолка.

Библиотека работает с читателями разных возрастов и интересов, поэтому при перепланировке возникло несколько плавно переходящих друг в друга зон:

- Холл;
- Основной читальный зал;
- Детская зона (0 – 6 лет);
- Зона семейного чтения (6 – 12 лет);
- Компьютерный зал и зона «библиопродленки»;
- Многофункциональный зал;
- Зона служебных помещений.

Вместо традиционного гардероба в каждой зоне установлены свои вешалки. В основном читальном зале использовано интересное архитектурное решение – деревянный подиум. Поднявшись по ступенькам, читатели получают доступ ко второму ряду стеллажей. Молодежь любит делать селфи в этой зоне. В детской зоне мамы могут заниматься со своими малышами, а могут, оставив детей под присмотром библиотекаря, пойти в любую другую зону. С малышом в это время читают книжку, поиграют в настольную игру, нарисуют иллюстрацию к сказке или полистают развивающий журнал. В компьютерном зале оборудованы три специальные комнаты с прозрачными дверьми («стекляшки»), где можно совместно работать над проектами или просто уединиться. Здесь же школьники после уроков пользуются услугой «библиопродленки»: выполняют домашние задания, готовят доклады и электронные презентации.

***Малышева, Н. А., Патрашок, Л. Н. Кибер-кафе: как сделать библиотеку привлекательной для подростков // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. - № 8. – С. 80-85.***

Кондопожская центральная районная библиотека им. Б. Е. Кравченко (Республика Карелия) разработала проект «Кибер-кафе для тинейджеров» в 2014 году. Он предполагал превращение библиотеки в площадку, на которой дети и подростки смогут пользоваться новейшими техническими средствами, получать помощь в учебе и в самообразовании, осваивать новые формы досуга (преимущественно интеллектуального), свободно общаться со сверстниками как в реальном, так и в виртуальном пространстве. Проект стал победителем конкурса «Культурная мозаика малых городов и сел» Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко, полученный грант помог преобразовать детскую библиотеку.

Целевой аудиторией проекта являются подростки 11-15 лет, но жестких ограничений нет. Приоритетом проекта является использование IT-технологий. «Кибер-кафе» - это обособленная территория с хорошим дизайном, наполненная современным оборудованием и новейшим контентом. Проект позволил библиотеке приобрести:

- два игровых компьютера (для возможной парной игры) с характеристиками, поддерживающими практически любые игры. Они используются также для проведения видеоконференций;
- компьютеры офисные для самостоятельной работы подростков, в том числе для дистанционного обучения, занятий на образовательных сайтах (приобретены годовые лицензии);
- многофункциональное устройство для необходимой распечатки, сканирования;
- web-камеры;
- планшетные компьютеры для размещения полнотекстовых электронных библиотек книг и периодики, обучения пользованию современными гаджетами и работе с приложениями;

- мягкая мебель (оригинальные пуфы, диванчики) для комфорта, уединения или, напротив, для общения небольшой группы ребят. Практика показала, что 8 – 10 «посадочных мест» вполне достаточно.

В пространстве «Кибер-кафе» выделено три комплекса: образовательный, творческий, коммуникативный. В области образования у ребят теперь есть пространство для самостоятельной работы на новейшей технике, использования образовательных программ и ресурсов других библиотек. Для развития творческих способностей библиотека приобрела мультстудию и 3D-принтер – таких ресурсов нет больше ни в одном детском учреждении города. Мультстудия «РЭПКА» («Ребячий Эксклюзивно-Позитивный Коллектив Аниматоров») уже создал несколько мультфильмов, которые стали участниками и лауреатами престижных фестивалей. Появилось комфортное пространство для общения и проведения локальных мероприятий.

Ход реализации проекта можно было проследить на сайте библиотеки <http://libkond.karelia.ru>, на библиотечной странице социальной сети «ВКонтакте», на республиканских информационных сайтах.

#### **Результаты проекта:**

Увеличилось количество посещений библиотеки подростками: с 40 человек в день в 2013 г. до 80 человек в 2014 г. Выросло число постоянных читателей из детского дома: по воскресеньям эти ребята приезжают в библиотеку на первом автобусе и проводят в ней целый день, научились использовать новые гаджеты, раскрылся их творческий потенциал. В библиотеке появились волонтеры – взрослые люди, которым интересно самим продвигать новые технологии и обучать других. Увеличилась заинтересованность учителей в библиотечных ресурсах. Хочется отметить и рост числа подростков, пока не пользующихся библиотечными ресурсами, но проводящих время в библиотеке, – ежедневно до 20 незарегистрированных человек сидят в фойе, на диванах и т. д. Это значит, что в библиотеку пошли «трудные» дети, которые ранее проводили время «на улице».

Можно сказать, что в Кондопоге сложилась новая модель библиотечного обслуживания подростков.

***Независимое книгораспространение : экономика и маркетинг // Университетская книга. – 2015. – Март. – С. 18-23.***

Участники форума «Независимая книготорговля в России» - представители книжных магазинов - обсуждали свои проблемы, часть которых можно отнести и к библиотекам.

#### ***Фаустов А. Клиентоориентированный маркетинг***

Выкладка – один из важнейших инструментов, на который нужно обращать особое внимание. Книги продаются лучше, даже если их просто переставлять с места на место. Полками нужно заниматься каждый день.

Уют и атмосфера – это тоже то, за чем приходят люди. Это, прежде всего, возможность для покупателя провести в магазине несколько часов, но взять то, что нужно. Такие мелочи, как бесплатный чай и кофе, тоже создают определенную атмосферу.

#### ***Куприянов Б. Искусство выкладки***

«Показать товар лицом» - задача нетривиальная для книжного магазина. Важно сделать из определенного порядка расстановки книг высказывание, с которым можно соглашаться или спорить, но в любом случае привлекающее внимание читателя.

Несколько лет назад рамках Non/fiction был осуществлен проект «Идеальный книжный магазин». Это была попытка показать, что нового и привлекательного можно сделать в книжной торговле. Одна из находок была фантастически удачной: книги расставили по хронологии произошедших в них событий без деления на жанры, на



прозу и поэзию. Первобытнообщинный строй, Средневековье, Возрождение, Великая французская революция, Октябрьская революция, Вторая мировая война – таким может быть логический ряд в данной классификации. Такой авантюрный, экспериментальный способ расстановки книг стал очень популярным.

Если пользоваться принципом семантических связей, то очевидно, что Улицкая связана с Войновичем, и их книги должны стоять рядом. Одна книга может располагаться в двух, а то и в трех разных местах. Эксперименты в расстановке привлекают внимание, в независимый магазин ходят люди, готовые согласиться или поспорить с вашим личным высказыванием. Каждый магазин должен быть индивидуальным.

Что бы ни говорили об экономике и маркетинге, книжный магазин – это не бизнес. Это место встречи человека с книгой. В книжный магазин идут те читатели, которые не знают, чего они хотят. Если бы они знали, что им нужно, то купили бы в интернет-магазине. По идее, на эту задачу должны работать библиотеки.

***Никитина, Н. Н. Не хочется быть «чемоданом без ручки» / Наталья Николаевна Никитина // Современная библиотека. – 2015. - № 5. – С. 93-96.***

Центральная городская библиотека г. Новомосковска Тульской области в 2006 г. переехала в новое, специально сконструированное пятиэтажное здание. Чтобы не быть «чемоданом без ручки» для местного сообщества и муниципальной власти, библиотека решила стать открытой площадкой для всех нуждающихся в живом общении.

Молодые не любят бюрократические процедуры, поэтому им разрешили посещать молодёжный центр, не записываясь в библиотеку. Сотрудники ЦГБ успешно воплотили в жизнь формулу, рожденную на молодежном форуме «Селигер-2014»: «Библиотека = коворкинг + антикафе на интеллектуальной основе». В просторном помещении с огромными окнами открылся молодёжный центр «Свободное пространство». Есть Wi-Fi, место для работы, уголок для настольных игр, зона для просмотра фильмов на большом плазменном экране и игры в приставку Microsoft Xbox 360 + Kinect.

Оказалось, что в городе есть юные поэты, музыканты, художники, жаждущие внимания и признания. В Центре проходят фотовыставки «Молодёжный взгляд», выставки художников «Юные сны», вечера акустической музыки Jam session, множество игровых вечеринок и праздников.

Молодые специалисты всё чаще становятся фрилансерами или работают удаленно. Для этой категории посетителей библиотека превратилась в коворкинг – место, куда приходят работать.

Заключив договор с одним из городских кинотеатров, библиотека ежемесячно получает несколько бесплатных билетов на двоих в кино. Чтобы заработать билет, нужно ответить на вопросы литературной викторины, публикуемые на сайте библиотеки (<http://www.nmosk-lib.ru/>). Это еще один способ пристрастить молодых к чтению. У Центра есть своё сообщество в социальной сети «ВКонтакте»: [https://vk.com/molodezny\\_centra](https://vk.com/molodezny_centra), в котором более тысячи участников – активных читателей и постоянных посетителей молодёжного центра.

### ***Библиотека идёт к вам***

**Flanagan, J. Joe's Job: Librarian for Books at the Beach [Электронный ресурс] / Joe Flanagan // 13NewsNow.com : [web-site]. – 01.07.2015. - URL : <http://www.13newsnow.com/story/money/workplace/joes-job/2015/07/01/joes-job-librarian-books-at-the-beach/29569097/> (дата обращения : 14.09.2015).**

Летом 2015 г. публичная библиотека г. Вирджиния-Бич (штат Виргиния, США) запустила акцию «Книги на пляже», в рамках которой библиотекари на велосипедах

приезжали на многолюдный в это время года городской пляж и раздавали книги. Для акции были использованы так называемые «почетные» книги, которые были переданы в библиотеку частными лицами и не были отобраны в ее фонд. Понравившиеся книги люди, отдыхающие на пляже, могли забрать себе насовсем, и у многих из них от данной акции остались самые благоприятные впечатления.

Чтобы быть более заметными среди песка и шезлонгов, библиотекари подготовили красочный стенд (легко собирающийся и быстро разбирающийся), а также укрепили свои ряды энергичным журналистом местного телецентра WVEC – Джо Флэнеганом. Он ведет свой собственный проект, в рамках которого пробует себя в различных профессиях, не связанных с журналистикой. Об опыте работы господина Флэнегана библиотекарем на выезде телецентр подготовил видеоматериал, который был продемонстрирован во время одного из новостных выпусков, а сам журналист разместил на сайте WVEC небольшой шуточный отчет о своем участии в данном мероприятии.

### ***IT-технологии***

***Библиотеки и соцмедиа // Университетская книга. – 2015. – Июль-август. – С. 27-29.***

Активное представительство в соцмедиа требует подготовки библиотекарей. Один из наиболее эффективных вариантов – дистанционное обучение, реализующее два основных принципа современного образования: для всех и в течение всей жизни. К его плюсам относятся доступность (24 часа 7 дней в неделю), трансграничность, свобода и гибкость, индивидуальный режим, использование различных каналов восприятия, экономия средств. Основные недостатки – необходимость постоянного доступа к источникам информации, а также самодисциплины.

Хорошо зарекомендовал себя коммерческий сайт «Нетология». Он аккумулирует 109 образовательных курсов, состоящих из коротких видеороликов и тестовых заданий от ведущих специалистов-практиков: «Основы маркетинга в соцсетях», «Ведение групп брендов» и др. Регулярно проводятся двухмесячные онлайн-курсы.

На портале «Викисибириада» сотрудникам библиотек предлагаются курсы эффективной коммуникации в социальных сетях (90 учебных часов) по технологии коучинга, вебинары и мастер-классы. Есть и специальные курсы: «Продвижение библиотеки в соцсетях», «Канал библиотеки на YouTube», «Библиотека в медийной войне» и др. Особенность мастерских на «Викисибириаде» – бесплатная запись независимо от региона, доступность всех материалов, включая работы участников, поэтапное прохождение курса и самостоятельное выполнение заданий, постоянная поддержка ведущего.

Еще одна бесплатная площадка – проект Министерства культуры РФ «Единое информационное пространство России в сфере культуры». Через неё можно экспортировать один анонс сразу во все социальные сети, подключать подготовленные публикации. Соцсеть «ВКонтакте» теперь имеет вкладку «Культура и искусство» – сообщество, в которое могут войти активные библиотеки, – всё бесплатно, интересно, полезно.

***Огнева, И. Н. #ГодЛитературы в Сети / Ирина Николаевна Огнева // Медиатека и мир. – 2015. - № 2. – С. 39-40.***

Крупным совместным мероприятием библиотекарей в социальных медиа стала акция #ГодЛитературы. Её цель – привлечь внимание сетевой аудитории к юбилейным датам писателей и поэтов. Организаторами акции стали рабочая группа РБА «Библиотеки и социальные медиа» и координационный совет региональных центров чтения при некоммерческом фонде «Пушкинская библиотека». После обсуждения был определен

круг наиболее значимых юбилеев, который размещен в формате google-календаря на сайте Неконференции библиотечных блогеров. Календарь можно распечатывать, добавлять в свой google-аккаунт, встраивать в собственные ресурсы.

Для того, чтобы присоединиться к акции, необходимо в день юбилея разместить публикацию о писателе-юбилере на одном из интернет-ресурсов библиотек или библиотекарей, добавив хэштеги акции:

- первый (обязательный) состоит из фамилии юбиляра и числа исполняющихся лет, например, #Грибоедов220;
- второй - #ГодЛитературы – используется по желанию для тегирования акции в целом, чтобы включиться в общероссийские акции, посвященные Году литературы в России.

Участникам акции было предложено размещать разнообразную информацию – интересные факты из биографии, аннотации и обложки книг, рекомендательные списки, ссылки на полезные сайты, описания выставок и т. д. Координаторы собирают все опубликованные материалы в единую историю при помощи сервиса Storify. По адресу <https://storify.com/neconference> можно ознакомиться с тем, как отражены юбилейные даты на разных площадках, проверить наличие своих публикаций.

Работа в Сети объединила не только библиотеки. Например, к акции #Чехов155 присоединились сервис для чтения Bookmate, Книжная ярмарка ДК Крупской (Санкт-Петербург), портал «Маленькие радости», Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Министерство образования и науки Российской Федерации. Есть примеры вовлечения читателей в подготовку публикаций, например, фотопортрет с книгой юбиляра или создание облака слов на основе читательских отзывов. Удачным ходом оказывается объединение имени писателя с краеведением, например, «Имя Чехова на карте города», «Псковские зарисовки В. М. Пескова».

Для библиотекарей знакомство с материалами акции может стать источником творческих находок в оформлении выставок и проведении мероприятий, примером ведения виртуального представительства и оформления постов.

***Протопопова, Е. Э. Рекомендательная библиография в веб-среде / Елена Эдуардовна Протопопова // Современная библиотека. – 2015. - № 1. – С. 30-33.***

Электронная книга – реальное будущее библиотек. Как и книга традиционная, она нуждается в продвижении. Это значит, что и в цифровую эпоху человеку важно иметь экспертное мнение, рекомендательные сервисы, направленные, в том числе, и на формирование читательского вкуса.

Московская Библиотека-читальня им. И. С. Тургенева начала сотрудничать с сервисом для чтения электронных книг Bookmate и порталом «Теории и практики», которые активно изучают всю новейшую литературу. На своей странице в социальной сети Facebook «Тургеневка» представляет рекомендательные списки, имеющие целью и продвижение собственного фонда. Следить за всем, что происходит в литературе, невозможно. Но библиотека может создать систему рекомендаций и инструментарий для лидеров мнений (критиков, библиотекарей, блогеров, других читателей). Одним из сервисов этого направления может быть рекомендательная библиография на сайтах, предлагающая систему чтения, а не просто списки литературы. В веб-среде уже есть новые форматы рекомендательной библиографии.

**Афиша одной книги:** <http://libnvkz.ru/userfiles/10940.pdf>, <http://libnvkz.ru/userfiles/11306.pdf> (на сайте МИБС г. Новокузнецка). На сайте Кемеровской ОНБ в формате афиши одной книги работает рубрика «Книга месяца»: <http://www.kemrsl.ru/book-of-month>.

**Буктрейлер** (видеорекомендация книги) может размещаться не только в стенах библиотеки на мониторах или телевизорах, но и на библиотечных сайтах, блогах, аккаунтах:

<http://www.youtube.com/watch?v=70TCNmomRcs#t=57>;

<http://www.youtube.com/watch?v=sf-wK1Prdlk>;

[http://www.youtube.com/watch?v=V\\_xvaXbrO5Y](http://www.youtube.com/watch?v=V_xvaXbrO5Y).

**Рекомендательные сервисы** создаются библиотеками на своих сайтах и в официальных группах социальных медиа. Российская национальная библиотека на отдельной странице официального сайта «Центр чтения» ведет раздел «Читаем вместе» ([http://www.nlr.ru/prof/reader/activ/advisory\\_list](http://www.nlr.ru/prof/reader/activ/advisory_list)), где известный литературный и кинокритик Никита Елисеев знакомит с самыми интересными книжными новинками. Формат представления – ежемесячные обзоры «Книжная полка».

Тверская областная библиотека создала Тверской центр книги и чтения (<http://c-book.tverlib.ru/litgid>). Здесь представлена еще одна форма рекомендаций для чтения: **информационный бюллетень** «ЛитГид», на его страницах ежемесячно анонсируются произведения современных авторов, которые нельзя пропустить (<http://c-book.tverlib.ru/sites/default/files/2014-5.pdf>).

На сайте Кемеровской ОНБ им. В. Д. Фёдорова на повышение статуса книги и чтения ориентирован раздел «Центр чтения» (<http://www.kemrsl.ru/reading>), где кроме афиши одной книги можно найти обзор самых интересных и актуальных книг «Это читают» (<http://www.kemrsl.ru/catalog/49.html>), книжную видеотеку – раздел для буктрейлеров (<http://www.kemrsl.ru/catalog/1969.html>).

МИБС г. Новокузнецка ведет на своем сайте раздел «Будь в тренде: Читай!» (<http://libnvkz.ru/chitatelyam/bud-v-trende-chitai>), для которого разработан оригинальный логотип. Сотрудники библиотеки представляют здесь афиши одной книги, тематические рекомендательные списки, составленные экспертами, например, «Забывтые книги».

*Протопопова, Е. Чтение книг по подписке / Е. Протопопова // Независимый библиотечный адвокат. – 2015. - № 2. – С. 14-16.*

Сервисы чтения по подписке – это площадки, активно продающие легитимные электронные издания. Пользователь платит небольшой ежемесячный взнос, а взамен получает неограниченный доступ к книгам, которые может читать на любых устройствах. МБУ «МИБС» города Новокузнецка подготовило вебблиографию по самым популярным полнотекстовым сервисам чтения книг по подписке.

### Популярные «читалки»

Книги на русском языке

**Bookmate** [Электронный ресурс]: [архив электронных текстов]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://bookmate.com/>. – Загл. с экрана. Это сервис с самой большой библиотекой на русском языке, а также произведениями на английском, испанском, турецком, шведском и других языках. Есть каталог, рекомендательные сервисы, различные тематические подборки. Работает на iOS, Android и Windows phone. Подписка стоит 150 руб. в месяц или 1500 руб. в год.

**MyBook.ru** [Электронный ресурс]: [архив электронных текстов]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://mybook.ru/>. – Загл. с экрана. Образован в 2012 г. усилиями издательства «ЭКМО», мегамаркета электронных книг «Литрес» и команды «MyBook.ru». Выполняет сразу несколько функций: популяризация чтения, альтернатива

пиратству, социальная книжная сеть, неограниченное чтение книг по подписке, работа с цитатами, рекомендациями и др. Работает пока только на iOS-устройствах, Android – в планах. Стоимость подписки – 149 руб. в месяц (при чтении бизнес-литературы – 499 руб. в месяц).

#### Книги на иностранных языках

**Scribd [Электронный ресурс]: [архив электронных текстов]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ru.scribd.com/>. – Загл. с экрана.** Один из известнейших сайтов, позволяющих обмениваться документами, сервис для хранения цифровых документов, который работает и как библиотека научных статей, и как инструмент распространения презентаций. За 8,99 доллара в месяц пользователи имеют доступ к 400 тыс. электронных книг и 30 тыс. аудиокниг.

### *Кадры решают всё*

**Белоконева, М. А. Мне нравится там, где есть перспективы! / М. А. Белоконева // Современная библиотека. – 2015. - № 1. - С. 74-75.**

Профессиональный конкурс «Ступенька к мастерству» прошел в Томской областной детско-юношеской библиотеке. Соревновались две команды творческих, интеллектуальных, разносторонне образованных молодых людей – «Поколение» и «Горе луковое». В состав компетентного жюри входили директор библиотеки, представитель Департамента по культуре и туризму области, председатель Томской областной организации профсоюза работников культуры.

Для творческого задания «Деловой автограф» участники подготовили красочные презентации с рассказом о своих детских шалостях и приключениях, увлечениях и хобби, личных и профессиональных достижениях. Смешные детские и серьёзные взрослые фотографии, необычные коллекции, веселые ролики, бодрая музыка вызвали искренний восторг зрителей. Обе команды хорошо справились со вторым заданием – «Ходячая энциклопедия», проявив эрудицию в литературе, искусстве, библиотечном деле.

Разрешение проблемных ситуаций, с которыми можно столкнуться в практической деятельности, также не вызвало больших затруднений.

Довольно сложным было четвертое задание – рассказать о своей библиотеке с помощью сторителлинга. Это отличный способ передачи информации через увлекательную историю, который активно используется в образовании, бизнесе, политике, рекламе.

Самой яркой частью конкурса стало задание «Звёздный час библиотекаря». Одна из команд показала зажигательный библиошоубалет, рассказав о своей жизни на незнакомом языке жестов, а вторая – мини-спектакль «Сказка о рыбаке и рыбке», героями которой стали остроумная золотая рыбка, певица Кончита Вурст, харизматичная старушка, бедный рыбак и, конечно, умный, начитанный библиотекарь.

**Степанов, В. К. «Библиотечный ЕГЭ» / Вадим Константинович Степанов // Современная библиотека. – 2015. - № 1. С. 10-17.**

Действующая сейчас система аттестации сотрудников состоит, как правило, из проверки документации (характеристик на сотрудников, должностных инструкций и отчетов подразделений) и проведении собеседования с аттестуемыми. В редких случаях проводится защита сотрудниками проектов личного развития или развития подразделений, в которых они трудятся. При этом высока вероятность субъективизма в оценках, поскольку их выносят сотрудники, лично взаимодействующие с аттестуемыми в повседневных ситуациях.

Глубина и объективность аттестации может быть достигнута за счет выработки единых, научно обоснованных и объективных параметров оценки деятельности сотрудников различных подразделений. В основу системы оценки должен быть положен детальный перечень присущих современному библиотечному знанию и умениям. Все они должны быть описаны на уровне производственных процессов, а где возможно – и на уровне конкретных операций. Каждый аспект знания или навык должен проверяться установленным количеством вопросов (от 2 до 5).

Профессиональную квалификацию современного библиотекаря в совокупности составляют:

- общекультурное развитие;
- цифровая грамотность;
- общепрофессиональные знания и умения;
- узкопрофессиональные знания и умения.

Проверку общекультурного развития можно осуществить с помощью системы тестовых заданий, в числе которых узнавание по фотографии известных личностей, установление исторической эпохи по фрагменту из фильмов, составляющих классику мирового кинематографа, определение писателя по фрагменту текста и т. д. Тестовые задания на цифровую грамотность позволяют проверить уровень компетентности сотрудников по таким разделам, как «Аппаратное и программное обеспечение компьютера», «Офисный пакет Microsoft Office», «Интернет-приложения». К общепрофессиональному компетентностному модулю относятся: владение библиотечно-библиографическими навыками в их широком понимании, компетентность по темам «Библиотечное дело: термины и определения», «История библиотечного дела и библиографии», серьезные знания в области возрастной педагогики и раздела психологии, связанного с познавательной деятельностью.

Модуль «узкопрофессиональные знания и умения» ориентирован на оценку компетенций сотрудников в зависимости от того, в каком подразделении они трудятся. На сегодняшний день сложился следующий перечень библиотечных профессий, отличающихся наличием специальных знаний и умений:

- комплектование и каталогизация;
- справочно-информационная деятельность;
- обслуживание взрослых пользователей;
- обслуживание детей и юношества;
- управление цифровыми ресурсами (сотрудники отделов автоматизации);
- управление библиотекой.

Аттестуемый вправе самостоятельно выбрать из общего перечня свою библиотечную профессию для выполнения соответствующих тестовых заданий.

Наименее разработанной и потому проблематичной является методика определения личностных качеств сотрудников: коммуникабельности, инициативности, лидерства, готовности к переменам. Разработка оценки этого компонента – дело ближайшего будущего.

Автор статьи предлагает создать единую систему аттестации персонала библиотек для всей страны с размещением на интернет-сервере специализированной программной оболочки, предназначенной для оценки степени профессиональной подготовки сотрудников на основе выполнения тестовых заданий. Это позволит проводить аттестацию персонала всех библиотек страны, имеющих доступ к Сети.

*Из опыта зарубежных коллег*

**Недашковская Т. На пути к «третьему месту» / Татьяна Недашковская // Библиополе. – 2015. - № 8. – С. 14-19.**

Пять лет назад во Франции была обнародована программа Министерства культуры и коммуникации «14 предложений по развитию чтения в стране», в которой подчеркивается ключевая роль библиотек в продвижении книги и чтения. Главное – определить верные пути дальнейшего развития, в том числе сделать библиотеки «третьим местом» по значению в жизни каждого гражданина Франции (после дома и работы).

*Опыт Библиотеки имени Луизы Мишель по привлечению читателей*

Хорошо оборудованная Библиотека имени Луизы Мишель (французская писательница XIX века) была открыта в 2011 г. в 20-м округе Парижа. Согласно представленной концепции, это «большой дом» с благожелательной, творческой атмосферой. В первую очередь было решено начать работу с теми жителями, которые не испытывают потребности в чтении. С этой целью на службу в библиотеку была принята жительница, пользующаяся уважением обитателей района и одновременно являющаяся активной читательницей. Она играет роль своеобразного агитатора и посредника между жителями округа и библиотекой, помогает нерешительным соседям и знакомым сделать первый шаг и переступить порог учреждения культуры.

Привлекает внимание архитектура библиотеки: светлое двухэтажное здание со стеклянным фасадом, через который проступает уютный интерьер с мягкими креслами и низкими столиками. Рядом находится живописный сад, который в хорошую погоду преобразуется в пространство для чтения, где можно не только приятно провести время за чтением, но и перекусить, пообщаться с друзьями за чашечкой кофе. За библиотечным садом с удовольствием ухаживают любители-садоводы. Для малышей оборудована специальная площадка, так называемый книжный бассейн, где они находятся под опекой опытных сотрудников.

В зоне обслуживания читателей нет громоздкой мебели, перегородок и книжных стеллажей. Последние отодвинуты вглубь, обозначая территорию обслуживания по периметру. Легкая и миниатюрная кафедра выдачи не создает ощущения барьера, разделяющего сотрудников и читателей. Столики, мягкие кресла, диваны-трансформеры соседствуют с невысокими компактными стеллажами, на которых размещаются новинки и наиболее спрашиваемые издания. Все предметы мебели снабжены роликами, позволяющими легко менять их местами в соответствии с количеством посетителей.

Создание в библиотеке уютной семейной атмосферы – непростая задача. Прежде всего, здесь не должно ощущаться давления строгих правил пользования библиотекой, одно представление о которых может подавить желание пойти сюда, даже если это необходимо. От сотрудников требуется благожелательность, общительность, желание и умение вести диалог, готовность прийти на помощь каждому пользователю. Хорошая традиция в Библиотеке имени Луизы Мишель – оповещать о закрытии по микрофону в музыкальном сопровождении. Нередко это доверяется одному из желающих читателей.

**Бесплатное обучение на программиста // Университетская книга. – 2015. – Июнь. – С. 78.**

Освоить профессию программиста и приобрести навыки продвинутого пользователя помогает Нью-Йоркская публичная библиотека (New-York Public Library). Она открыла 80 классов обучения во всех своих отделениях. 70% учащихся – женщины. Многие из них хотят сменить профессию, а некоторые чувствуют в себе способности стать разработчиками веб- или мобильных приложений.

***Библиотеки для молодежи // Университетская книга. – 2015. – Июнь. – С. 79.***

Американские библиотекари изучили предложения своих коллег и посетителей об устройстве пространств для молодых читателей. В исследовании применялся необычный подход: читатели и библиотекари записывали видеотуры по библиотеке и сопровождали их своими комментариями. В результате разработаны практические рекомендации и получены дополнительные аргументы в пользу привлечения читателей к процессу обустройства библиотеки. Такой подход, по мнению исследователей, позволяет строить библиотеку вокруг читателя (user-centered). В работе приняли участие сотрудники и читатели 22 библиотек.

Наиболее важным оказался фактор физического комфорта, который часто связывают с удобством библиотечной мебели. Вторым по значимости стало удобство библиотеки для проведения досуга. Была отмечена важность библиотеки для обучения, доступность цифровых материалов и технологий, позволяющих выполнять домашние задания. В одном из видеотуров была показана небольшая комната, отделенная от основного помещения. Она занята днем и ночью: учащиеся приходят туда работать над групповыми проектами.

***Великолепная шестёрка // Университетская книга. – 2015. – Июнь. – С. 78.***

В США присуждены премии за лучшие здания библиотек. В числе шести лауреатов – публичная библиотека одного из городов штата Айова, старое здание которой было повреждено наводнением. По завершении восстановительных работ библиотека стала напоминать магазин Apple и потреблять в три раза меньше энергии, чем раньше.

Детская библиотека в Литтл-Рок теперь позволяет читателям не только получить доступ к книгам, но и научиться выращивать и готовить здоровую пищу. Для этого устроены игровой сад, огород, дендрарий, кухня.

Библиотека в Сан-Антонио гордится тем, что большая её часть построена из материалов, добытых или произведенных местными жителями.

***Мобильные библиотекари // Университетская книга. – 2015. – Июнь. – С. 79.***

Местные органы самоуправления в некоторых городах Британии рассматривают возможность введения должности мобильного библиотекаря. Полномочиями библиотекарей предлагается наделить социальных и медицинских работников, которые посещают престарелых и людей с ограниченными возможностями. Из-за бюджетных сокращений библиотекари стали заходить к своим подопечным в два раза реже, в то время как социальные и медицинские работники навещают их с прежней частотой и могут принимать от них заказы на книги. Во многих библиотеках при этом появились добровольцы, с готовностью принявшие на себя роль мобильного библиотекаря.

***«Мобильный цифровой библиотекарь» из Найроби // Университетская книга. – 2015. – Май. – С. 76.***

Кенийская национальная библиотечная служба (KNLS – Kenya National Library Service) разработала программу, направленную на то, чтобы дети и молодые люди, оказавшиеся в больницах, исправительных заведениях, центрах по уходу за детьми, а также учащиеся школ в бедных районах получили возможность доступа к электронным книгам. Используемые технологии просты и эффективны с точки зрения затрат: модем, ноутбук и проектор. Библиотекарь подключается к Интернету и скачивает бесплатные



книги из цифровых библиотек на свой ноутбук. Затем он увеличивает текст, проецируя его на стену или специальный экран, и читает книги вместе с детьми, периодически прерываясь, чтобы ответить на вопросы или обсудить прочитанное.

**«Социальное чтение» для подростков // Университетская книга. – 2015. – Май. – С. 77.**

Публичная библиотека Валмиеры (Латвия), получив небольшой грант, наняла местную ИТ-компанию для создания приложения «Социальное чтение», основная цель которого – сформировать социальную сеть читателей. Приложение позволяет подросткам создавать свои собственные коллекции э-книг, закачанных на смартфон или планшет, узнавать, что читают их друзья и обсуждать книги.

Помимо приложения библиотекари открыли «Читальный зал будущего» - посвященное новейшим технологиям и чтению пространство, в котором подростки получают доступ к интерактивной стене, компьютерам, а библиотекари могут обучить ребят использованию новых технологий, формируя у них навыки «цифровой грамотности».

**Спасительный краудсорсинг // Университетская книга. – 2015. – Июнь. – С. 79.**

В штате Аризона после нескольких лет сокращений бюджетов школьных библиотек инициативные граждане взяли дело в свои руки. Они запустили краудсорсинговую компанию Go Fund Me по сбору средств для сохранения должности библиотекаря в одной из местных школ. Требуется собрать около 20 тыс. долларов.

**Цыплята по осени, свидания по весне // Университетская книга. – 2015. – Январь-февраль. – С. 71.**

Библиотеку Кетлсона (Kettleon Library) в Ситке, штат Аляска, недавно возглавил новый директор, который находится в постоянном поиске инновационных программ и мероприятий. Благодаря стараниям Робба Фармера (Robb Farmer) в библиотеке была реализована... программа по птицеводству. Заметив, что во многих домохозяйствах Ситки разводят кур, интерпретируя миссию библиотек как циркуляцию информации и принимая во внимание, что сейчас наступило время перемен в библиотеках, Фармер решил помочь жителям в одном из важных для них дел, тем более что в фонде библиотеки хранится много книг и журналов по птицеводству. Еще одна идея нового директора, которую он надеется осуществить в ближайшем будущем, - организация мероприятий, посвященных быстрым свиданиям. Они призваны помочь людям познакомиться.

**Konttinen, K. Nurmes named best library city in the world! / Kristiina Konttinen // Scandinavian Library Quarterly. – 2015. – No. 1-2 (Vol. 48). – PP.: 47. То же [Электронный ресурс]. - URL : <http://slq.nu/?article=volume-48-no-1-2-2015-10> (дата обращения : 14.09.2015).**

В 2014 году Финская библиотечная ассоциация провела конкурс среди муниципалитетов страны и их библиотек с целью определить самый «библиотечный» населенный пункт мира. Организаторы конкурса рассудили, что поскольку именно в Финляндии самые высокие показатели пользования библиотечными услугами среди населения, значит, самый «библиотечный» город Финляндии автоматически может считаться и «номером один» во всем мире.

Для победы в конкурсе муниципалитет должен был набрать наибольшее количество очков по двум показателям: среднее количество выдач книг и других единиц

учета и среднее же количество посещений библиотеки на одного жителя муниципалитета за 2014 год. Расчетные числа суммировались как баллы, а библиотеки-участницы ранжировались исходя из их набранного количества.

Самым «библиотечным» муниципалитетом Финляндии (а заодно и всего мира) по итогам конкурса был признан город Нурмес, расположенный в Восточной Финляндии, в провинции Северная Карелия. В сумме он набрал чуть больше 40 баллов: в среднем каждый житель города в течение года посетил местную публичную библиотеку 15 раз и взял там на дом 25,4 книги или каких-либо других единиц учета.

## **Основные направления деятельности библиотек**

### *Библиотеки и краеведение*

***Андреева, Т. Л. Пресс-клиппинг / Татьяна Лукьяновна Андреева // Современная библиотека. – 2015. - № 5. – С. 90-92.***

Библиографы Централизованной библиотечной системы № 1 Губкинского городского округа Белгородской области задумались над тем, как обеспечить сохранность уникального краеведческого фонда и в то же время оперативно обслуживать читателей. Остановились на такой форме, как пресс-клиппинг, широко используемой рекламными агентствами. Пресс-клиппинг – это подбор публикаций по определенной теме. В Интернете ([http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_tems\\_k/clipping](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_tems_k/clipping)) можно найти подробное описание этой формы.

В библиотеке остро стояла проблема нехватки книг об истории города Губкин в годы Великой Отечественной войны, и было решено сформировать на основе публикаций местных газет пресс-клиппинг под названием «Овеяна славой земля». Библиотекари отобрали из хранящихся в фондах газет наиболее важные, интересные в историческом плане публикации, а затем приступили к оцифровке. Основная масса газет поддавалась сканированию и распознаванию, но отдельные материалы пришлось вбивать вручную. По мере накопления материала начала вырисовываться структура издания, появились разделы «Труд во время войны», «Госпитали», «Освобождение», «Записи о прошлом» и другие. Публикации в каждом разделе расположены от общих вопросов к более частным. В конце издания размещен список публикаций в обратной хронологии.

Эту работу узнали и оценили. На конкурсе «Библиотеки и музеи в современном обществе» (Москва) пресс-клиппинг получил специальный диплом и вошел в номинацию «20 лучших библиотечных проектов России». Сегодня этой формой активно пользуются филиалы Централизованной библиотечной системы. Сотрудники филиала № 9 подготовили пресс-клиппинг «О спорт, ты – жизнь, ты вдохновенье!», посвященный спортивным достижениям губкинцев. В рамках Года культуры сектор информационно-библиографической работы выпустил издание под названием «Имя в культуре. Галерея портретов культуры г. Губкина». Библиотекари филиала № 2 создали пресс-клиппинг «Удивительные судьбы», посвященный людям с ограниченными возможностями, сумевшим проявить себя: они пишут стихи, рисуют, сочиняют музыку, занимаются спортом. Героями издания стали 25 человек.