

**Быстрова Е.С.,**  
магистр педагогических наук,  
Белорусский государственный университет культуры и искусств

### **Библиотека как сегмент регионального брендинга**

В статье рассматривается деятельность библиотеки по формированию территориально бренда. Проанализирован потенциал региональной библиотеки как участника формирования бренда территории.

**Ключевые слова:** региональная библиотека, брендинг, территориальный бренд.

**Bystrova K.S.,**  
Master of Pedagogical Sciences,  
Belarusian State University of Culture and Arts

### **Library as a segment of regional branding**

The article discusses the activities of the library on the formation of a territorial brand. The potential of the regional library as a participant in the formation of the territory's brand is analyzed.

**Key words:** regional library, branding, territorial branding.

Особое место в библиотечной сети принадлежит региональным библиотекам, деятельность которых направлена на библиотечное обслуживание жителей определенной территории. В настоящее время происходят изменения в общественной и культурной жизни общества. Накопленный опыт в развитии информационных технологий, появление новых видов и форм информации повлекли изменения в различных сферах: политической, культурной, экономической и др. В научный оборот вошли такие понятия, как «межкультурная коммуникация», «культурная дипломатия», «территориальный маркетинг», «брендинг» и др. В связи с этим отмечаются изменения в фундаментальных принципах работы библиотек. Деятельность библиотек, в том числе и региональных, не ограничивается лишь сбором и предоставлением документированной информации. Некоторые исследователи отмечают, что «если традиционные поводы посещения библиотеки имеют в своей основе потребность в фиксированной информации («информационные поводы»), то сегодня складывается практика активного использования «неинформационных поводов» – привлекательной услуги, действия, события, происходящих в помещении библиотеки и могущих выступить причиной для её посещения» [6, с. 173]. Так, основным результатом обращения к данным «неинформационным поводам» может стать получение эмоциональных выгод. При этом некоторые авторы отмечают, что «сущностные функции библиотеки как социального института остаются прежними: мемориальная, идеологическая, информационная, социализирующая, коммуникационная, образовательная, просветительская и культурная» [7, с. 173]. Однако наблюдаются изменения в формах, методах и способах их реализации.

Фундаментальным направлением в работе региональных библиотек, побуждающим пользователей обращаться к библиотечным услугам и ресурсам, является краеведческая деятельность, распространение краеведческих знаний, «которое целеустремленно и планомерно проводится среди реальных и удаленных пользователей библиотеки, а также среди всего населения региона» [4, с. 146–147]. Анализ литературных источников показал, что основными видами краеведческой деятельности библиотек традиционно являются: комплектование краеведческого фонда документов (печатные, электронные, аудиовизуальные и т.д.), формирование краеведческих электронных информационных ресурсов (базы данных, электронные библиотеки, литературные карты и т.д.), культурно-образовательная деятельность, проектная работа в сфере краеведения, патриотическое воспитание молодежи, работа

с социально-незащищенными группами населения и др. [2, 4, 5]. Особое место принадлежит такому направлению, как создание бренда региона.

Библиотеки все чаще используют свои возможности для формирования привлекательного образа региона, причем этот процесс приобретает качественно новый характер. Если ранее библиотечные учреждения ориентировались в первую очередь на формирование чувства патриотизма, то сейчас – на привлечение внимания к городу и/или региону, поиск дополнительных возможностей финансирования и др. Региональные библиотеки заключают в себе огромный потенциал для развития региона, обеспечивают информационную основу научной, производственной, образовательной и иной деятельности, так или иначе связанной с данным краем. Так, С. В. Зыгмантович и В. И. Сайтова указывают, что «краеведческие продукты многих библиотек направлены на создание положительного имиджа территории, продвижение территориальных экономических, научных и культурных брендов» [3, с. 120].

Библиотеки позволяют сохранять и передавать из поколения в поколение богатое культурное наследие страны или ее отдельных регионов, обеспечивают устойчивость и продвижение края в мировом сообществе, что позволяет им не только эффективно участвовать в формировании бренда региона, но и самим являться таковым. Библиотеки кумулируют достижения интеллектуальной и материально-производственной деятельности общества, способствуют сохранению историко-культурной памяти страны и позволяют удовлетворить разнообразные информационные потребности. Благодаря деятельности региональных библиотек в различных ресурсах и проектах находят отражение история, культура, экономика и иные сферы жизни края. Библиотекари-профессионалы занимаются научной обработкой и обобщением региональной информации о субъектах и ресурсах, потенциале, особенностях, знаменитых уроженцах и деятелях края, что делает библиотеку привлекательной для туристов, ученых, краеведов-любителей, потенциальных инвесторов [1].

Важными средствами регионального брендинга библиотек Л.Н. Чернявская называет системную работу, эффективное использование краеведческих информационных ресурсов и понимание своих возможностей «включиться в культурный маркетинг и имиджевые проекты территории» [9]. Особую актуальность приобретает активная работа библиотек в виртуальном пространстве, т.к. «библиотечная деятельность, ориентированная на внешний мир, достаточно грамотно знакомит с историко-культурным наследием конкретной местности» [9]. Преимуществом работы библиотеки является оперативность предоставления информации и возможность свободного доступа к ней, что позволяет библиотеке полноправно участвовать в формировании положительного образа региона как среди местных жителей, так и в пределах области, страны.

Хажмуратова К.С. указывает, что «библиотека – центр создания регионального краеведческого компонента в единой системе информационных ресурсов» [8]. По ее мнению, специфика деятельности библиотек обусловлена быстрой адаптацией на изменения в окружающей действительности и, как результат, изменения в запросах пользователей. С помощью библиотек можно сформировать представление об интересах жителей. На наш взгляд, использование регионоведческого потенциала библиотеки оказывает влияние как на престиж территории в целом, так и на имидж самой библиотеки как социального института.

Таким образом, региональные библиотеки со своим информационным и краеведческим потенциалом являются значимой частью культурной жизни страны. В своей работе они используют различные виды и формы деятельности по формированию бренда: развлекательно-познавательные мероприятия, литературные вечера, открытие на базе библиотек информационно-туристических центров и музеев, экскурсионно-туристическая работа, создание краеведческих информационных ресурсов, реализация краеведческих проектов. В одних проектах и ресурсах предоставлена информация о персоналиях (виртуальный проект к 95-летию со дня рождения писателя М. В. Стрельцова «Журналіст. Даследчык. Пісьменнік»), в других – об организациях, предприятиях и учреждениях (мультимедийное издание «100 год з гісторыі Беларускай дзяржаўнай сельскагаспадарчай акадэміі: дакументы і

матэрыялы 1840–1940 гг.: да 175-годдзя з дня адкрыцця»), трэці отображаюць комплексную інфармацыю о каком-лібо аддзелным рэгіоне (база даных «Край наш Горацкі») [1]. Слэдуе адзначыць, што бібліятэка спосабна вовлекаць карыстальнікаў, даследчыкаў, навуковых работнікаў у сацыякультурную жыццё тэрыторыі, у стварэнне рэсурсаў, адражаючых рэгіянальную спецыфіку, у удзел у розных праектах, што дае дадатковыя магчымасці для самарэалізацыі мясцовага супольнасці, іх духоўна-нараўнавага і тварчаскага развіцця, асазнавання значымасці рэгіянальнага наследдзя. Як краеведы-прафесіяналы, так і любіцелі адчэсваеннай історыі уносяць значыцельны ўклад у фарміраванне бранда тэрыторыі і развіццё бібліятэкі як рэгіянальнага бранда. Мясцовыя жыхары, якія праводзяць краеведчыя даследаванні, абладаюць шырокім запасам краеведчыя ведаў, рэдкімі і ценнымі аўтэнтычнымі дакументнымі матэрыяламі, і могуць сродствамі бібліятэчнай работы папулярызавать вынікі свайго дзейнасці. Аднак слэдуе адзначыць, што ў прафесіянальнай літэратуры пытанні пазіцыянавання бібліятэк як рэгіянальнага бранда разрабаваны недастаткова, што трэбуе іх далейшага навуковага асмыслення.

### Бібліяграфічны спісак

1. Быстрова, Е.С. Онлайн-энцыклапедыя «Беларусь у ліцах і сабытцях» у сістэме краеведчыя рэсурсаў бібліятэк Беларусі / Быстрова Е.С., Маліновская Е. Н. // Матэрыялы VIII Міжнароднага кангрэса «Бібліятэка як феномен культуры» Бібліятэкі ў умовах пандэміі: новыя магчымасці, новыя рашэнні, Мінск, 21–22 кастрычніка 2021 г. / Нацыянальная бібліятэка Беларусі ; [сост. А. А. Суша]. – Мінск, 2021. – С. 231–236.

2. Жуковская, Л.Н. Сферны падыход у развіцці іннавацыйнага дзейнасці рэгіянальнага бібліятэкі [Электронны рэсурс] / Л.Н. Жуковская // Культура: тэорыя і практыка. – 2021. – № 4 (43). <https://cyberleninka.ru/article/n/sfernyy-podhod-v-razvitiy-innovatsionnoy-deyatelnosti-regionalnoy-biblioteki>. – Дата доступу: 18.11.2021.

3. Зыгмантовіч, С.В. Вострабавааннасць краеведчыя кампетэнтнасці ў падрыхтоўцы сучасных бібліятэчных спецыялістаў / С.В. Зыгмантовіч, В.І. Саітава // Культура. Наука. Тварчасць: [сборнік навуковых артыкулаў]. – Мінск, 2021. – [Вып. 15]. – С. 117–122.

4. Саітава, В.І. Бібліятэчна-бібліяграфічнае краязнаўства : вучэбна-метадычны дапаможнік : для студэнтаў спецыяльнасці 1-23 01 11 Бібліятэчна-інфармацыйная дзейнасць (па напрамках) / В. І. Саітава ; Міністэрства культуры Рэспублікі Беларусь, Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. — Мінск : БДУКМ, 2021. – 185 с.

5. Сучасная краеведчыя дзейнасць бібліятэкі ў дыяравама фармаце : матэрыялы міжрэгіяна. навуч.-практ. канф., 25 сент. 2015 г., Чэлябінск / М-во культуры Чэляб. обл., Рос. библ. асоцыацыя, Рос. нац. б-ка, Президент.б-ка ім. Б. Н. Ельцына, Чэляб. обл. універ. навуч. б-ка ; рэдкал.: Н. І. Діская [і др.]. – Чэлябінск, 2015. – 180 с.

6. Сокольская, Л.В. Сучасная бібліятэка: утрата ідэнтычнасці ці прыабаваенне новых сацыяльных сэнсаў? / Л. В. Сокольская, З. В. Руссак // Вестнік Чэлябінскага дзяржаўнага акадэмія культуры і мастацтваў. – 2015. – № 1. – С. 21–29.

7. Старцава, А.С. Паліфункцыянальнасць сучаснага рэгіянальнага бібліятэкі / А. С. Старцава // Учыёныя запіскі (Алтайская дзяржаўная акадэмія культуры і мастацтваў). Навучны журнал. – 2018. – № 2 (16). – С. 172–175.

8. Хажмуратова, К.С. Бібліятэка і яе роля ў фарміраванні рэгіянальнага бранда [Электронны рэсурс] / К.С. Хажмуратова // Матэрыялы X Міжнароднага студэнцкага навуковага кангрэса «Студэнцкі навучны форум». – Рэжым доступу: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018001933>. – Дата доступу: 18.11.2021.

9. Чернявская, Л.Н. Прадвіжэнне тэрыторыі праз публічныя бранды: публічныя бібліятэкі ў поісках новых магчымасцей [Электронны рэсурс] / Л.Н. Чернявская // Омскія муніцыпальныя бібліятэкі. – Рэжым доступу: <http://lib.omsk.ru/libomsk/node/3596>. – Дата доступу: 18.11.2021.