

**БАЗА ДАННЫХ ОБЛАСТНЫХ УНИВЕРСАЛЬНЫХ НАУЧНЫХ
БИБЛИОТЕК «БИБЛИОТЕКА В СМИ»:
БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Деятельность по установлению связей с общественностью – одно из приоритетных направлений в работе библиотек. Она играет важную роль в формировании надежной репутации и доброжелательного мнения о библиотеке, ее возможностях и услугах у населения, органов власти, СМИ, организаций и учреждений, партнеров и конкурентов библиотеки.

Эффективное применение средств PR-деятельности является ключевым фактором успешной работы библиотеки. Работа со средствами массовой информации — один из важнейших инструментов PR. Это не только пресс-конференции и интервью, но и прежде всего ежедневная текущая работа, состоящая из постоянной рассылки информации в издания и отслеживание откликов и упоминаний в СМИ о деятельности библиотеки [2].

Библиотеки используют СМИ в различных целях: для разъяснения и пропаганды целей и задач; рекламы и продвижения товаров и услуг; создания положительного имиджа. Результат этой деятельности в виде публикаций в СМИ библиотеки отражают в библиографических ресурсах различной формы. Данные ресурсы выполняют не только поисковую и коммуникативную функцию, но также могут быть использованы для оценки деятельности библиотеки, определения направлений ее совершенствования. Одним из приоритетных направлений специалистов, работающих со СМИ, является анализ данных публикаций [3].

Для проведения мониторинга публикаций в СМИ используется библиометрический анализ, который представляет собой применение математической статистики к исследованию книг и периодики. Используется для самых разнообразных прикладных задач: определение границ научных направлений, установление значимости периодических изданий, тематическое распределение публикаций в научном дискурсе и др. [5].

Для проведения исследования выбраны следующие библиотеки: Брестская областная библиотека им. М. Горького, Витебская областная библиотека им. В. И. Ленина, Гомельская областная универсальная библиотека им. В. И. Ленина, базы данных, которых присутствуют на их сайтах, что и послужило основанием выбора для их анализа.

Анализ БД «Библиотека в СМИ» позволяет выявить динамику публикаций по годам, определить тенденции и закономерности их состояния по статистическим показателям.

Проанализировав БД на предмет количественного состава за период с 2008 по 2012 год лидирующие позиции занимает Брестская областная библиотека. За период с 2008 по 2012 годы было опубликовано 318 публикаций о библиотеке. Далее располагается Гомельская областная универсальная библиотека им. В. И. Ленина – опубликовано 175 сообщений. В БД «Библиотека в СМИ» Витебской областной библиотеки им. В. И. Ленина за период с 2008 по 2012 год в СМИ было опубликовано 146 публикаций.

Следующий критерий анализа – языковой состав публикаций. Преимущественно публикации отражаются на русском (64%) и белорусском языках (34%), изредка встречается польский (1,5%) и английский (0,5%) языки.

Проанализировав БД данных библиотек, следует выделить следующие каналы распространения PR-текстов: газеты (43 названия – 88 % публикаций), журналы (13 названий – 9 % публикаций), интернет ресурсы (3 названия – 0,6 % публикаций), материалы конференций и чтений (3 названия – 0,7 % публикаций), сборники статей (3 названия – 0,6 % публикаций), бюллетени (1 название – 0,4 % публикаций), телевидение (1 название – 0,6% от общего количества), издательская продукция (1 название – 0,1 % публикаций).

Чаще всего публикации встречаются в следующих изданиях: «Бібліятэчны свет» (15), «Бібліятэка прапануе» (14), «Брестский курьер» (57),

«Вечерний Брест» (73), «Віцьбічы» (37), «Витебский проспект» (33), «Гомельские ведомости» (39), «Гомельская праўда» (25), «Заря» (57), «ЛіМ» (56), «Народнае слова» (38). Из проведенного анализа можно сделать выводы о большей активности массово и общественно-политических изданий.

Важным параметром мониторинга публикаций СМИ является жанровый состав публикаций. Существуют различные классификации текстов в СМИ, например: А. Д. Кривоносова, который классифицирует PR-тексты по степени их «подготовленности» к публикации на базисные PR-тексты и смежные; Деннис Л. Уилкокс классифицирует PR-тексты по каналам коммуникации, выделяя материалы для СМИ и материалы для других каналов коммуникации и др. [4]. Для классификации публикаций о библиотеке нами была выбрана классификация, предложенная С.А. Павловой¹. Классификация включает: рекламный жанр (пресс-релиз), информационный жанр (новости, хроника, заметки, интервью, беседы, комментарии, репортажи, отчет информационный), аналитический жанр (статьи научно-популярные, статьи о передовом опыте, корреспонденция, рецензии, обзоры), научный жанр (статьи), художественно-публицистический жанр (очерк, зарисовка, фельетон, памфлет).

Жанровый состав публикаций в БД библиотек разнообразен, но все же преобладают рекламный, информационный и аналитический жанры. Первое место занимают пресс-релизы – 178 публикаций, далее располагаются статьи – 120 публикаций, на третьем месте обзоры – 97 публикаций. Жанровое разнообразие свидетельствует о разнообразии целевой аудитории, на которую рассчитаны публикации, на разнообразный характер публикаций, направленных на раскрытие деятельности данных библиотек.

Значимым критерием анализа является содержательный аспект. Рубрикатор публикаций приведен только в БД «ГОУБ в прессе», но он

¹ по результатам лабораторно-практических работ по курсу «Public Relation и библиотечная реклама».

является не достаточно полным. Поэтому на основе рубрикатора БД «НББ в прессе», рубрикатора БД «ГОУБ в прессе», а так же рубрикатора библиографического указателя РГБ «Российская государственная библиотека. Работы сотрудников. Издания РГБ. Литература о библиотеке» и «Росинформкультура» нами были предложены следующие рубрики: деятельность библиотеки в целом; мероприятия на базе библиотеки; персоналии; международное сотрудничество; библиографическая продукция; культурные акции; сотрудничество с другими организациями; дары библиотеки, юбилейные даты.

Самой популярной рубрикой является рубрика посвященная мероприятиям, которые проходят на базе библиотек (304 публикации – 48%), далее идут публикации посвященные деятельности библиотек в целом (159 публикаций – 25%). Наименьшее количество публикаций посвящено таким темам как культурные акции (11 публикаций – 2%) и юбилейные даты (17 публикаций – 3%).

Таким образом, библиографический ресурс БД «Библиотека в СМИ», может быть использован не только в информационно-поисковых целях, но и как объект библиометрического анализа для оценки результативности и эффективности использования PR-технологий в библиотеке.

Результаты анализа позволяют привести ряд предложений по усовершенствованию работы со СМИ: расширить географические рамки публикаций о библиотеках за счет предоставления публикаций не только в региональную и республиканскую печать; стремиться к увеличению языкового состава публикаций за счет расширения связей с зарубежными СМИ, а также республиканскими СМИ, которые публикуют сообщения на иностранных языках; активизировать работу с электронными СМИ, так как сегодня электронные СМИ – важный инструмент PR-деятельности; в БД создать рубрикаторы или словари, которые предназначены для усовершенствования работы с БД; предоставлять сведения об авторах публикаций, так как это критерий имеет важное значение для

аналитического-прогностического процесса; осуществить постепенных переход библиотек на генерирование полнотекстовых баз данных; если нет возможности вести полнотекстовую базу данных, то стоит дополнить имеющуюся библиографическую информацию справочными аннотациями, которые предоставят возможность пользователям иметь информацию общего характера о публикации.

-
1. Баянова, З.С. Библиотека в зеркале СМИ / З.С. Баянова // Молодые в библиотечном деле. – 2008. – № 2–3. – С. 38–44.
 2. Ключев, В.К. Связи с общественностью : библиотечный вариант / В.К. Ключев// Библиография. – 2000. – №1. – С.40–48.
 3. Котикова М.В. База данных "Библиотека в СМИ" как объект библиометрического анализа / М.В. Котикова // Бібліятэкі і музеі ў сістэме інавацыйнай дзейнасці : Матэрыялы навук.-практ. канф., г. Мінск, 21-22 кастр. 2009 г. – Мн., 2010. – С. 125–130.
 4. Кочетова, В.С. Специфика типологии PR-текстов [Электронный ресурс] / В.С. Кочетова. – Режим доступа : <http://mediascope.ru/node/596>. – Дата доступа : 12.01.2013.
 5. Куликова, О. Библиометрические исследования : новые задачи и новые возможности для библиотек / О. Куликова // Библиотечное дело. – 2008. – № 14. – С. 39–41.