



eISSN 2311-2468
Том 2, № 17. 2014
Vol. 2, no. 17. 2014

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



САУЛИН Е. С.

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НЕКОММЕРЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА
«АССОЦИАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕЧНЫХ КОНСОРЦИУМОВ»**

Аннотация. Рассматриваются актуальные направления работы АРБИКОН по внедрению современных библиотечно-информационных технологий. Особое внимание уделено деятельности Научной библиотеки им. М. М. Бахтина МГУ им. Н. П. Огарёва в рамках проектов ассоциации.

Ключевые слова: интеграция библиотек, информационные ресурсы, библиотечный консорциум, аналитическая роспись статей, электронная доставка документов.

SAULIN E. S.

**THE PROJECTS OF NON-PROFIT PARTNERSHIP
"ASSOCIATION OF REGIONAL LIBRARY CONSORTIA"**

Abstract. The article considers the current projects of the library association dealing with the information technologies introduction into the work of Russian libraries. The author focuses on the participation of the Bakhtin Research Library of Mordovia State University in the association projects.

Keywords: integration of libraries, information resources, library consortium, analytical list of articles, electronic document delivery.

Объединение библиотечно-информационных организаций в единые корпорации и ассоциации является актуальным направлением деятельности и способствует укреплению сотрудничества и повышению качества работы учреждений за счёт проведения совместных работ и взаимной поддержки. Деятельность в данной области ведется по всему миру. Одной из важных сторон функционирования современных корпоративных проектов является использование сетевых информационных технологий.

В России крупнейшим проектом интеграции библиотечных организация является «Ассоциация региональных библиотечных консорциумов» (АРБИКОН). Она объединяет межведомственную межрегиональную библиотечную сеть страны, располагает мощным совокупным информационным ресурсом и современными библиотечно-информационными сервисами. Объединение основано для оказания содействия российским библиотекам в предоставлении более качественного информационного обеспечения пользователей на основе внедрения современных библиотечно-информационных технологий и координации

деятельности библиотек по повышению качества сервисов за счет модернизации управления библиотечными ресурсами при объединении в библиотечные консорциумы.

Некоммерческое партнёрство АРБИКОН было создано в 2002 г. Учредителями ее стали: Российская книжная палата, Некоммерческий фонд поддержки книгоиздания, образования и новых информационных технологий «Пушкинская библиотека», а также Санкт-Петербургский государственный политехнический университет.

Процесс развития АРБИКОН тесно связан с организацией библиотечных консорциумов по всей стране, поэтому они объединены в общую хронологию, которая условно делится на три основных периода:

1. Создание инфраструктуры (1997–2002). Этап характеризуется началом создания и внедрения новых технологий слияния библиотечных ресурсов в распределенной сети с применением открытых стандартов, без привязки к конкретной АБИС;
2. Стабилизация (2002–2007);
3. Переход в проектную деятельность (с 2007). Происходит дальнейшее линейное наращивание количества ресурсов.

В настоящее время развитие партнерства идет по следующим основным направлениям: подключение новых библиотек к распределенной библиотечно-информационной сети партнерства; создание новых консорциумов; расширение проектной деятельности, включая создание новых проектов; расширение номенклатуры и повышение качества сервисов проектов [1].

Условием вступления в ассоциацию и использования ресурсов библиотек-участниц является предоставление библиотекой собственной информационной базы в общее пользование.

Члены АРБИКОН и участники проектов обладают новейшими технологиями для взаимного использования фондов друг друга, для совместного создания уникальных информационных ресурсов, для предоставления эффективных сервисов. Библиотека получает возможность перестроить внутренние библиотечные процессы: обработка новых поступлений или ретроконверсия каталогов – заимствование записей членов АРБИКОН (более 50 млн. библиографических записей, около 200 каталогов); обработка журналов – заимствование записей из аннотированной библиографической базы данных проекта МАРС (примерно 2000 наименований российских журналов, около 2 млн. записей); подписка – использование сервиса электронной доставки документов на основе Сводного каталога периодики библиотек России; создание электронных библиотек – увеличение количества названий ресурсов за счет взаимного предоставления доступа к базам данных.

В рамках «Ассоциация региональных библиотечных консорциумов» реализуются несколько проектов:

1. «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС). Проект существует с 2001 г. и в настоящее время объединяет 224 библиотеки различных систем и ведомств, которые общими усилиями создают сводную базу данных, содержащую полную аналитическую роспись 2059 журналов. Ежегодный прирост записей составляет порядка 2 млн. в год [2].

2. «Межбиблиотечный абонемент АРБИКОН» (МБА) – проект предполагает использование документов из фондов других библиотек посредством электронной доставки документов. Основой функционирования проекта являются Сводный каталог периодических изданий библиотек России и Электронные каталоги книжных изданий ряда крупных библиотек [1].

3. «Электронное полнотекстовое объединенное собрание» (ЭПОС) – распределенная информационная система, объединяющая электронные коллекции участников проекта и позволяющая эффективно использовать электронные ресурсы через глобальные сети передачи данных [3].

4. «Сводный каталог периодики библиотек России» (СКПБР) – сводный каталог периодики, позволяющий получать информацию о подписке других библиотек. Проект реализуется с 2008 г.

5. «Сводный издательский план учебной и методической литературы» (КОРСАР) – информационная система, обеспечивающая сбор, постоянный мониторинг и анализ потребности библиотек в переиздании учебной и методической литературы. Данный проект инициирован в 2008 году [1].

6. «Jestor» – проект находится в разработке и подразумевает массовую легитимную оцифровку журнальных статей и их хранение в единой централизованной базе данных на основе договоров с правообладателями. Это самостоятельный проект, компилирующий в себе несколько проектов АРБИКОН, но на собственной платформе.

На сегодняшний день в состав АРБИКОН входят 161 организация, не считая участников проектов. Сотрудничество с профессиональным объединением осуществляет и наша Научная библиотека им. М. М. Бахтина Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева и участвует в двух проектах АРБИКОН: МАРС и МБА.

Участие в проекте МАРС НБ им. М. М. Бахтина МГУ им. Н. П. Огарева началось в 2001 г. с формирования сводной базы МАРС. В условиях соглашения указывалось, что организации, участвующие в проекте МАРС, получают возможность бесплатного

использования системы «Электронная доставка документов», реализуемой в рамках проекта МБА. Таким образом, библиотека университета становилась участником еще одного проекта ассоциации.

Деятельность, реализуемая Научной библиотекой в рамках MAPC, подразумевает собой создание аналитической росписи статей некоего количества наименований журналов, предоставление данной росписи в пользование всех участников проекта и соответственно получение доступа к сводной базе.

По данным на 2014 г. Научная библиотека им. М. М. Бахтина занимается росписью 18 наименований журналов, среди которых: «Вестник Мордовского государственного университета», «Вестник развития науки и образования», «Интеграция образования», «Регионология», «Финно-угорский мир» и др. Каждый из этих журналов подробно анализируется и на каждую статью составляется отдельная библиографическая запись. Правила заполнения полей описаны в специальной «Методике заполнения полей», предоставленной учредителями проекта для общей унификации обрабатываемых данных. Методика ориентирована на использование АБИС, поддерживающих формат USMARC и MARC 21. Помимо основных полей библиографического описания документов, содержатся поля, соответствующие международным стандартам описания.

Аналитическое описание статей проходит жесткую многоступенчатую проверку прежде чем отправляется в сводную базу. Первый этап состоит в проверке составленных записей библиографом. Далее информация загружается в специализированный фильтр, отвечающий за соответствие оформления записи установленным форматам, проводится поиск ошибок оформления. Следующий этап – вторичная проверка записей библиографом на предмет правильности заполнения полей библиографической записи, а также адекватности аннотации и ключевых слов. Затем файл, содержащий записи, отправляется в сводный каталог [4].

При составлении росписи статей возникают проблемы, связанные с отсутствием либо утерей некоторых номеров журналов. В восполнении таких пробелов помогает система ЭДД. Отсутствующие номера доставляются по запросу библиотеки.

Электронная доставка документов – процесс обеспечения пользователей электронными копиями, передаваемыми по линиям связи. Технология работы исполнителя данной деятельности предусматривает основные этапы:

- получение заказов на электронной копии и их обработка;
- изготовление электронных копий;
- доставка электронных копий заказчику;

– проведение расчетов.

Справочно-библиографический аппарат технологически реализован через сводный каталог журналов, АРМ МБА/ЭДД и интернет-страницы проекта ЭДД на сайте АРБИКОН. Однако данный вид деятельности подразумевает более широкую работу. Происходит не просто обмен записями и текстами, а установление постоянного контакта при поиске разнородных изданий [5].

Таким образом, АРБИКОН представляет собой структуру, объединяющую различные проекты. Ассоциация представляет собой базу для выработки новых инновационных решений по развитию деятельности библиотек, повышению качества обслуживания пользователей и квалификации библиотечных работников, автоматизации библиотечных организаций и унификации обрабатываемой информации. Научная библиотека имени Бахтина МГУ им. Н. П. Огарева вносит свой вклад в достижение этих целей. Хотя сотрудничество в рамках двух проектов считается небольшим на фоне общей деятельности АРБИКОН, но оно является очень важным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ассоциация региональных библиотечных консорциумов [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2011–2014. – Режим доступа: <http://arbicon.ru> (дата обращения: 25.05.14).
2. Проект АРБИКОН «МАРС» [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2011–2014. – Режим доступа: <http://mars.arbicon.ru/index.php> (дата обращения: 25.05.14).
3. Положение о проекте АРБИКОН «Электронное полнотекстовое объединенное собрание» (ЭПОС) / Ассоц. регион. библиотеч. консорциумов. – М. : [Б. и.], [2007]. – [5 с.].
4. МАРС: методика заполнения полей / Ассоц. регион. библиотеч. консорциумов. – М. : [Б. и.], 2013. – [144 с.].
5. Инструкция исполнителя проекта ЭДД / Ассоц. регион. библиотеч. консорциумов. – [М., 200-]. – [2 с.].

ПРОНЬКИНА В. А.

ЭЛЕКТРОННЫЕ БИБЛИОТЕКИ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Аннотация. В статье реконструирована история развития электронных библиотек в России до настоящего времени, а также дан авторский прогноз их дальнейшего развития. Приведено краткое описание способов доступа к информационным образовательным ресурсам, а также перечень электронных библиотек, возможность доступа к которым имеется у студентов и преподавателей Мордовского государственного университета.

Ключевые слова: электронная библиотека, электронная библиотечная система, электронная доставка документов.

PRONKINA V. A.

ELECTRONIC LIBRARIES: YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW

Abstract. The article presents an analysis of the history of electronic libraries in Russia until the present time. In this connection, the author suggests some ways of their further development. The study considers the methods of access to information and educational resources. It also includes the list of electronic libraries available to students and teachers of Mordovia State University.

Keywords: e-library, e-library system, electronic delivery of documents.

Одна из фундаментальных проблем современной гуманитарной, в частности библиотековедческой, мысли – постижение социокультурных механизмов формирования информационного общества. Информация в нем является одновременно предметом, средством и результатом общественного труда, что обусловлено мощным техническим прорывом в области телекоммуникационных технологий. Когда во второй половине XX в. появились первые электронные вычислительные машины, мало кто мог предполагать, что спустя несколько десятилетий специальное коммуникационное оборудование позволит соединить подключенные к нему компьютеры не только в локальные, но и в международные сети, наибольшую известность из которых получила глобальная информационная сеть Интернет.

В настоящее время миллионы сайтов, порталов и баз данных этой сети содержат самые разные по назначению информационные ресурсы: официальные, производственно-практические, научные, научно-популярные, учебные, справочные, художественные, развлекательные и др. По аналогии с традиционными библиотеками эти ресурсы интегрируются в коллекции (фонды). Общеизвестно, что одним из наиболее

перспективных способов информационного обеспечения науки, культуры и образования в настоящее время является использование электронных библиотек (ЭБ) – распределенных информационных систем, позволяющих надежно накапливать, сохранять и эффективно использовать разнообразные коллекции электронных документов, доступные в удобном для пользователей виде через глобальные сети передачи данных [2].

Созданию первой в мире электронной библиотеки послужил проект «Гутенберг», основанный в 1971 году американцем Майклом Хартом. Данный проект являлся общественной инициативой по созданию и распространению универсальной электронной библиотеки. В 2009 году объем оцифрованных документов составлял более 34 000 [4]. Позже подобный проект, названный «Рутенберг», возник в Европе. Он производит сбор литературы на языках Скандинавии с 1992 года.

Электронные библиотеки в жизни россиян появились сравнительно недавно. Первой электронной библиотекой была «Библиотека Максима Мошкова», основанная в 1994 году (lib.ru). В настоящее время она является одной из самых крупных и популярных библиотек, где основная часть фонда – художественная литература. Все книги расклассифицированы по жанрам: фантастика, детективы, романы, поэзия и т. д. Но оцифрованные книги далеко не всегда отличаются высоким качеством, иногда в тексте встречаются ошибки, полученные механическим путем при сканировании книги (текст отсканирован, но не выверен). Однако библиотека остается популярной, так как позволяет использовать большой библиотечный фонд, не отходя от компьютерного стола. Вместе с тем, для научных целей (например, цитирования) такой фонд не подходит. На июнь 2009 года «Библиотека Максима Мошкова» насчитывала более 50 000 документов [1], в настоящее время ее объем намного больше.

Следует отметить, что за последние годы качество текстов, предоставляемых электронными библиотеками, значительно выросло. Тексты выверены, стали пригодными для научного цитирования и других подобных целей. Однако появилось большое количество ресурсов, где для доступа к текстам нужно пройти регистрацию, оставив свои личные данные, либо внести определенную денежную плату. Это позволяет обеспечить безопасность самой электронной библиотеки как информационного ресурса, а также защитить пользователей данного ресурса от разного рода вирусной рекламы. Кроме того, внесение денежных средств за книги позволяет оплачивать как труд администратора ресурса, так и труд авторов книг, соблюдая закон об авторском праве.

Также становятся популярными такие ресурсы, как «ЛитРес» (litres.ru), где скачать произведение можно только платно. В настоящее время в Интернете представлено

большое число подобных ресурсов: «Библиотека Ихтика» (ihtik.lib.ru), «Научная электронная библиотека» (elibrary.ru), «Либрусек» (lib.rus.ec), «Альдебаран» (aldebaran.ru) и т. п. Различаются они лишь тематикой комплектования фонда. Появляются специализированные библиотеки с художественной литературой, произведениями отдельных авторов, технической литературой, научной, медицинской и др.

В связи с развитием и популяризацией дистанционного образования появилась необходимость в удаленном доступе к электронным информационным ресурсам. Создаются (как правило, на базе библиотек высших учебных заведений) образовательные электронные библиотеки, включающие в себя электронные учебники, методические пособия, специализированные журналы и т. п. В ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н. П. Огарёва» на сайте «Научной библиотеки им. М. М. Бахтина» представлена богатая подборка электронных библиотек с образовательным и научным контентом: Электронная библиотечная система издательства «Лань», Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара (Институт Гайдара), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, Электронная библиотека диссертаций РГБ, Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина и ряд других. Помимо русскоязычных, участникам образовательного процесса доступны и зарубежные информационные образовательные ресурсы, а именно: научные информационные ресурсы издательства «Springer», научные журналы издательства «American Physical Society», реферативная база данных по мировым научным публикациям «Web of Science», архив научных журналов издательства «Cambridge University» и др.

Данные ресурсы имеют различный уровень доступа для пользователей. Часть ресурсов является открытой. Это значит, что пользователи могут получить к ним доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Для получения доступа к части электронных библиотек необходимо зарегистрироваться в электронной библиотечной системе с любого университетского компьютера, а затем, по присвоенным логину и паролю, получать доступ к библиотеке из любой точки доступа. Для ряда ресурсов необходимо получить пароль непосредственно в Научной библиотеке при предъявлении читательского билета.

В 2013 году в университете впервые была осуществлена подписка на электронную периодику. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU содержит как ресурсы, находящиеся в открытом доступе, так и ресурсы, доступные только после оплаты. Однако ряд ресурсов был закуплен библиотекой, и теперь к определенным журналам может быть

осуществлен бесплатный доступ с любого университетского компьютера, подключенного к глобальной сети.

На наш взгляд, у электронных библиотек большое будущее, так как современные люди более компьютеризированы. Они привыкли получать многие услуги удаленно, не выходя из дома (оплачивать коммунальные счета, делать покупки, получать образование, даже работать и общаться), поэтому предпочитают электронные библиотеки, пусть с не всегда качественными текстами, традиционным. Все подвержено изменениям, в том числе и организация электронных библиотек. По нашему мнению, ресурсы целесообразно классифицировать не только по жанрам, но и по способу доступа: часть текстов должна быть в свободном доступе (русская и зарубежная классика, словари, справочная литература), а другая часть может стать платной (оплата должна производиться с помощью электронных денег). К платным ресурсам должны относиться произведения современных авторов, редкие и старинные оцифрованные книги, специализированная литература. Количество электронных библиотек будет расти, и для читателя самым сложным станет лишь выбор конкретной библиотеки.

Не стоит забывать и о традиционных библиотеках. В связи с развитием электронных книг, библиотеки, потерявшие значение основного источника информации, изменяют свои функциональные возможности, связанные с предоставлением электронных ресурсов. Возрастают требования к улучшению качества обслуживания, расширяется ассортимент предоставляемых услуг, поэтому далее уже невозможно использовать только традиционные формы обслуживания. Для традиционных библиотек новой формой обслуживания является электронная доставка документов (ЭДД). Российские службы ЭДД начали появляться в 1996–1997 гг. Служба электронной доставки ИНИОН в сотрудничестве с ГПНТБ СО РАН провела эксперименты по доставке электронных копий как внутри страны, так и за границу. Были выработаны процедуры приема и фиксации заказов, проведения сложного адресного поиска первоисточников, изготовления электронных копий и пересылки копий заказчику [3]. Также стоит отметить создание в 2007 году президентской библиотеки им. Б. Н. Ельцина, где весь фонд состоит из электронных ресурсов. Фонд Президентской библиотеки включает в себя электронные копии редчайших исторических документов и книг, а также малоизвестные архивные материалы, ранее закрытые для широкого круга читателей. Кроме того, появились такие формы обслуживания, как виртуальная справочная служба, виртуальная выставка, on-line консультация, бронирование и продление сроков возврата книг на сайте библиотеки и т. п.

Таким образом, становление в России информационного общества, сопровождаемое преодолением информационного неравенства, сокращением «цифрового разрыва», популяризацией дистанционного образования, информатизации науки, способствует как развитию электронных библиотек, так и формированию и внедрению традиционными библиотеками новых форм работы с читателями (доступ к фонду с сайта библиотеки, служба электронной доставки документов, виртуальная справочная служба и т. д.). Уже сейчас сеть предоставляет большой выбор информационных ресурсов, а их стремительное развитие, на наш взгляд, приведет к тому, что в недалеком будущем практически любой ресурс можно будет получить, не выходя из дома. Поэтому существование традиционных библиотек будет зависеть лишь от того, смогут ли они составить достойную конкуренцию электронным библиотекам в сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. Библиотека Максима Мошкова [Электронный ресурс]. – [Б. м., 1994–]. – Режим доступа: <http://www.lib.ru> (дата обращения: 28.05.2014).
2. Богданов А. В., Сюнтюрено О. В., Хохлов Ю. Е. Программа «Российские электронные библиотеки» // Электронные библиотеки: науч. электрон. журн. – 1998. – Т. 1. – Вып. 1. – Режим доступа: <http://www.elbib.ru/content/journal/1998/199801/BHS/bhs.ru.html> (дата обращения: 28.05.2014).
3. Государственная публичная научно-техническая библиотека России [Электронный ресурс]. – М., 1995–2014. – Режим доступа: http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/1/fl_21.html (дата обращения: 28.05.2014).
4. Проект «Гутенберг» [Электронный ресурс]: [сайт проекта]. – [Б. м., 20--]. – Режим доступа: <http://www.gutenberg.org> (дата обращения: 28.05.2014).

КОЖИН А. В., ПРОНИНА И. Н.

**УЛИЧНЫЙ СПОРТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БРЕНДИНГОВОЙ
СТРАТЕГИИ «САРАНСК-СПОРТИВНЫЙ»**

Аннотация. Спорт является одним из приоритетных направлений территориального брендинга, однако при воплощении данной стратегии не всегда уделяется должное внимание вовлечению самих горожан в данную сферу. В статье предпринята попытка рассмотреть развитие уличного спорта как одну из стратегий популяризации городского бренда.

Ключевые слова: бренд, брендинговая стратегия, уличный спорт.

KOZHIN A. V., PRONINA I. N.

**STREET WORKOUT IN DEVELOPING THE BRANDING STRATEGY
"SARANSK – A SPORTY CITY"**

Abstract. Sport is one of the priority strategies in territorial branding. However, this strategy does not always consider the direct involvement of urban citizens into sports. The author studies the development of street workout as one of the strategies for outreaching the city brand name among its residents.

Keywords: brand, branding strategy, street workout.

Стержневая идея бренда города Саранска, как и многих других российских городов, еще только формируется, и на наш взгляд, применительно к столице Мордовии можно говорить лишь о поиске брендинговых стратегий. Одной из самых последовательно реализуемых проектных стратегий построения городского бренда, по мнению авторов, является стратегия «Саранск-спортивный».

Спорт входит как в сферу интересов административных, политических структур, так и в сферу интересов простых горожан, что делает данную брендинговую стратегию достаточно эффективной. Спортивный брендинг связан со здоровьем нации, так как достижения в области спорта формируют у жителей гордость за территорию и город. В последнее время спортивная инфраструктура города и республики развивается достаточно интенсивно. В республике действует центр Олимпийской подготовки по спортивной ходьбе, построен ряд крупных спортивных объектов: спорткомплекс «Мордовия», «Ледовый дворец», Лыжно-биатлонный комплекс, Теннисный центр им. Шамиля Тарпищева и др. Здесь выросли мастера спорта, олимпийские чемпионы и чемпионы мира. Имена Р. Насибулова – чемпиона мира по классической борьбе, К. Дрогалина – чемпиона мира по ледовому спидвею, А. Мишина, олимпийского чемпиона по греко-римской борьбе, О. Канискиной, Д. Нижегородцева, Н. Борчина, С. Кирдяпкина, Е. Лошмановой – олимпийских чемпионов по

спортивной ходьбе – знает весь спортивный мир. Саранск не раз становился центром проведения значительных спортивных мероприятий.

Однако при воплощении данной проектной стратегии, на наш взгляд, было бы недостаточно ограничиться строительством одних лишь спортивных объектов, популяризацией известных спортсменов, организацией крупных спортивных мероприятий. Нужна планомерная работа по вовлечению населения в данную сферу, знакомство с существующими спортивными направлениями как профессиональными, так и «дворовыми».

Решение этой проблемы, как нам кажется, может находиться в популяризации так называемого «уличного спорта» (street workout – что в переводе означает «уличная тренировка», «дворовый спорт»).¹ Уличный спорт подразумевает вид физической подготовки, который дает практически неограниченные возможности для спортивной подготовки и является альтернативой дорогостоящим фитнес-центрам и спортклубам. Объектами тренировок могут выступать практически любые атрибуты улицы, двора: брусья, турник, парапет, стена дома и т. д.

Считается, что история уличного спорта достаточно молода, данное направление возникло в США в 2008 г., и, благодаря сети Интернет, превратилось в международное молодежное движение [1]. Однако, следует отметить, что элементы уличного спорта всегда активно использовались в советской культуре. Например, во времена СССР турники и брусья активно устанавливались во дворах и на школьных территориях. В частности, в Мордовии в 30-е гг. XX в. проводились легкоатлетические эстафеты по улицам Саранска, соревнования на воде, в зимнее время стал развиваться мужской и женский хоккей с мячом, организовывались республиканские пробеги по маршрутам Саранск–Инсар–Саранск, Саранск–Чамзинка–Саранск и т. д.

В современной России зарождающиеся тенденции развития уличного спорта, как «низовой» городской активности, были подхвачены государственными проектами, примером могут служить программы «Спорт против подворотни» губернатора Сахалинской области, проект «Дворовый тренер» И. Родниной в г. Дзержинске Нижегородской области. Действительно, несмотря на то, что уличный спорт это инициатива, идущая от самих граждан, она требует эффективного взаимодействия государственных, общественных и коммерческих организаций.

¹ Наряду с понятием «street workout», существуют также такие понятия «calisthenics», «ghetto workout», в российской практике данные виды физической активности чаще всего объединяют под терминами «дворовый спорт» или «уличный спорт».

В целях систематизации информации о факторе доступности городской инфраструктуры для занятий уличным спортом, мы посетили более 30 спортивных площадок, расположенных во дворах жилых домов микрорайонов г. Саранска. С одной стороны, можно отметить, что многие площадки построены еще в советское время и нуждаются в реконструкции, с другой – есть вполне ухоженные, но видно, что дети не проявляют к ним никакого интереса. Поэтому развитие уличного спорта будет эффективным как государственная инициатива, способствующая более интенсивному вовлечению детей и подростков в сферу спорта.

Преимущество данного вида спортивной активности перед профессиональными занятиями спортом заключается в том, что ребенку предоставляется свобода выбора (доступность для каждого, комфортность, связанная с отсутствием психологической соревновательной нагрузки, осознанная необходимость участия в игре, самообучаемость и т. п.). Большое значение для развития уличного спорта имеет формирование института дворового тренера, так как развитие отношений доверия в юношеской среде требует высокого профессионального уровня и социальной компетенции.

Ряд предложений, касающихся развития уличного спорта в г. Саранске мы изложили в форме проекта. Его целью являются: обеспечение спортивного досуга школьников и подростков, формирование здорового образа жизни, развитие массового спорта, пропаганда спорта, как основы воспитания здорового и социально активного подрастающего поколения.

Задачи проекта:

- поддержка развития инициатив по организации физкультурной, спортивно-массовой деятельности, детского и юношеского спорта на дворовых и школьных спортивных площадках;
- привлечение населения к решению проблем организации спортивного досуга;
- содействие продвижению идеи здорового образа жизни среди населения;
- укрепление дружбы и взаимопонимания в детско-юношеской среде через участие в спортивных мероприятиях;
- доступность спорта (ценовая политика спортивных учреждений не всегда доступна для некоторых категорий семей).

Каналы и средства коммуникации: мероприятия массового характера (информационно-пропагандистские акции в СМИ, позволяющие формировать общественное мнение по данной проблеме); мероприятия локального характера, проводимые в образовательных учреждениях, по месту жительства (соревнования дворовых команд, флеш-мобы, спортивные праздники в масштабах одного двора и т. п.); средства межличностного общения (индивидуальные консультации, тренинги для волонтеров, программы обучения

«на равных», групповые консультации); печатные СМИ (типы информационных материалов – *занимательная статья*, цель которой не столько информировать, сколько развлекать; *именная или авторская статья* – должна быть подписана авторитетным лицом, смысл такой статьи – попасть в интересы аудитории; *обзорная статья* призванная интегрировать опыт других городов и территорий; интервью – желательно с участником проекта); социальные сети.

Для построения стратегических ориентиров проекта важно ответить на вопрос: кто может стать опорой для развития данной программы: государство, бизнес, общественные организации.

Определенные трудности могут возникнуть при формировании института дворового тренера.

На первом этапе необходимо выделение ставок «педагогов-организаторов по работе с населением», в качестве таковых должны быть профессионалы различного уровня, обладающие организаторскими способностями.

Поиск и подготовка волонтеров. Поиск волонтеров может вестись среди проживающих на данной территории, с учетом того, что волонтеры живут в этих дворах и сами являются участниками уличных спортивных практик, реализация данной задачи реальна и привлекательна. В обязанности самих педагогов-организаторов также входит участие в играх наряду с волонтерами.

Проект должен способствовать: воспитанию здорового спортивного поколения, в котором у каждого ребёнка, подростка будет формироваться образ успешного будущего; организации детского и подросткового спортивного досуга по месту жительства как основного средства борьбы с подростковой преступностью; организации семейного досуга; решению проблемы оснащённости, заброшенности спортивных площадок, спортивных объектов в районах жилых дворов; развитию уличного активизма (когда каждый житель будет заинтересован в улучшении жизни своего двора, улицы, участие в строительстве новых комбинированных площадок и реконструкции старых спортивных площадок, что поможет, улучшению положительного общественного микроклимата, добрососедских отношений по месту жительства).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ghetto workout [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allworkout.ru/novosti-workout.html>

МУСТАФИНА Н. Р.

РЕКЛАМНОЕ ПРОСТРАНСТВО РЕГИОНАЛЬНОЙ БЛОГОСФЕРЫ

Аннотация. В статье рассматриваются возможности использования рекламного пространства блогосферы. Систематизируя функции блогов, автор анализирует особенности продвижения рекламного продукта в российских и региональных блогах.

Ключевые слова: интернет-реклама, блог, блогер, блогинг, блогосфера, Республика Мордовия.

MUSTAFINA N. R.

ADVERTISING IN REGIONAL BLOGOSPHERE

Abstract. The article presents a study of the advertising potential of blogs. Considering the blog functions, the author analyzes the features of advertising in regional and all-Russian blogs.

Key words: Internet advertising, blog, blogger, blogging, blogosphere, Republic of Mordovia.

В условиях быстроменяющегося рынка рекламных технологий компании, фирмы и потенциальные рекламодатели должны оперативно реагировать на предложение этого рынка. В последнее время быстрыми темпами развивается новое направление рекламы – реклама в сети Интернет. Интернет-реклама – это реклама, размещаемая в сети Интернет, так же представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения [8].

Развитие сети Интернет происходит семимильными шагами. Количество пользователей сети Интернет увеличивается очень быстро, в наше время Интернет стал одним из важнейших каналов получения информации, общения и развлечений. Рынок интернет-рекламы в России начал формироваться в 1998 г., и к 2005 г. его объем составил 85 млн. долл. [10]. К настоящему времени реклама в Интернете все больше вытесняет рекламу в СМИ. Согласно данным комиссии экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) на интернет-рекламу в 2011 году приходилось 41, 8 млрд. рублей, а на рекламу в печатных СМИ – 40,4 млрд. [9].

В настоящее время интернет-реклама является довольно новым явлением на рынке рекламы, которое обладает рядом особенностей, выделяющие его среди других средств распространения информации:

– коммуникационный простор, не ограниченный ни во времени, ни в пространстве;

- четко определенные каналы доступа;
- явная и высокая эффективность для клиента;
- возможность разбивки клиентов на группы; возможность статистического анализа поведения пользователей;
- возможность оперативной передачи актуализированной информации; возможность расширения функций системы и т. д. [1, 2, 4].

Существует несколько видов интернет-рекламы: баннерная реклама, текстовый блок, вирусная реклама, реклама по принципу почтовой рассылки (электронная почта), контекстная реклама, байрик, поисковая оптимизация (SEO), электронная доска объявлений, Spyware или всплывающие окна. Вместе с тем появляются и новые виды подачи информации и организации рекламного пространства в Интернете. Одним из таких новых явлений в интернет-рекламе являются *блоги*. Долгое время интернет-блоги не рассматривались российскими рекламодателями как важная рекламная платформа, в то время как многие крупные зарубежные рекламные компании уже имеют весьма существенную интернет-поддержку и широкий спектр услуг в данном направлении.

Изначально они не предполагались как средство распространения интернет-рекламы, но все чаще компании идут в Интернет и размещают рекламу в блогах. Прежде всего, потому, что это модная новая тема и не так много рекламодателей стремится рекламировать свои товары в дневниках.

Термин «блог» был создан путем сокращения слова «веблог» (англ. weblog - «сетевой бортовой журнал»). Это было сделано П. Мерхольдзом, который в апреле 1999 года разместил в боковой врезке своего блога Peterme.com фразу «we blog» (дословный перевод - «мы ведем блог») [7].

В 1999 году термин «блог» стала использовать компания «Pyra Labs» как обозначение определенного типа сайта и как глагол, выражающий значение «вести блог». Кроме того, они образовали производный термин «блогер (blogger)» – «человек, ведущий блог». Назвав так свой проект «Blogger.com», предоставлявший пользователям место для размещения блога. В том же 1999 году появился также целый ряд аналогичных веб-сайтов: LiveJournal.com, OpenDiary.com, DiaryLand.com и т. д.

Блог стал рассматриваться как новая коммуникативная среда, новый жанр, новая информационная среда, новый источник новостей, как средство выражения общественного мнения.

В широком смысле слова блог определяется как веб-страница, содержащая личный онлайн-дневник с отзывами, комментариями и различными гиперссылками [6].

В словаре «Merriam-Webster» дается следующее определение блога: «Веб-сайт, содержащий сетевой частный дневник с размышлениями, комментариями и часто гиперссылками, предоставляемыми автором» [5].

Сейчас блогосфера развивается быстрыми темпами, и узко тематические блоги становятся идеальными площадками для рекламы своих услуг, товаров для рекламодателей. Блоги как среда для рекламы вызывают достаточно много вопросов. С одной стороны, блоги – это прекрасно упорядоченная аудитория (известен ее возраст, пол, интересы, география проживания, привычные способы проведения досуга и т. д.). С другой стороны, более активные попытки вторжения в блогосферу с рекламной активностью, на наш взгляд, скорее контрпродуктивны. Блогосфера – это фактически социальная сеть, и, как любая сеть, она сопротивляется попыткам навязать ей формат общения, в ней непринятый. Поэтому комментарии в блогах с упоминанием определенного средства, с расхваливанием продукта – стратегия похожая на рассылку спама, пусть менее навязчивая и надоедливая.

Новые блоги появляются ежесекундно. Журнал «BusinessWeek» пишет: «Ни одно явление в информационном мире не развивалось такими бурными темпами, как блоггинг, со времен появления самого Интернета. Бизнесу придется считаться с блогами. Выбора просто нет» [3, с. 16].

Проанализировав материал различных авторов (Н. Флинн, А. Панова, Ш. Израел), мы выделили несколько основных функций интернет-блогов.

Коммуникативная функция. Большинство блогеров говорят, что ведут или читают блоги ради общения с интересными им людьми. В первую очередь, это возможность сказать что-то один раз так, чтобы это услышали многие. В то время как одни люди заводят блог для удобства коммуникации с имеющимися знакомыми, другие заводят блог для того, чтобы познакомиться с новыми людьми, для расширения своей аудитории.

Функция самопрезентации. Самопрезентация относится к блогам, которые ведутся кем-то лично, т. е. в них описывается именно личность автора. Если человек специалист в какой-либо сфере, то блог, который посвящен именно функции самопрезентации, помогает донести до людей авторскую позицию. Это увеличивает доверие между автором блога и его аудиторией аудиторией или клиентами.

Функция сплочения и удержания социальных связей. Блоги, выполняя функции социальных сетей, позволяют поддерживать прервавшиеся в реальной жизни социальные связи и лучше узнавать своих знакомых.

Функция мемуаров. Как и традиционный бумажный дневник, блог, помимо новых функций, может осознаваться и как несущий функцию мемуаров, места для каких-то

записей, которые могут пригодиться в будущем, способом не забыть о подробностях тех или иных событий своей жизни.

Функция саморазвития, или рефлексии. Эта функции связана с тем, что блог предоставляет возможность участникам создать образ иного «Я», возможно, такого, к которому автор стремится. Некоторые отмечают, что публичность дневника вынуждает их продолжать его вести, а также заставляет учиться более грамотно структурировать свои мысли, что помогает им и самим лучше понять проживаемые события (излагая свою проблему или идею в письменном виде, становится легче анализировать ситуацию).

Психотерапевтическая функция. Встречаются также упоминания о психотерапевтической функции блога, которая либо предполагалась заранее, либо была осознана в процессе ведения записей: «выплеснуть эмоции», «изложить наболевшее», «для успокоения нервов».

Экономическая функция. Блог создается автором так же с целью заработать. И в последнее время это становится довольно популярным способом стабильно пополнять свои виртуальные кошельки электронной валютой.

Есть несколько способов заработать на своем блоге: контекстная реклама, сбор пожертвований, заказные посты, размещение баннеров и др. Каждый способ заработка характеризуется факторами, которые определяют величину дохода. Одними из самых влиятельных факторов являются посещаемость и рейтинг блога.

Сегодня мало кто сомневается в эффективности рекламы в блогах. Она все больше обретает популярность, становится частью стандартного набора услуг многих рекламных агентств. И, несомненно, рекламодателям и заказчикам стоит обратить внимание на продвижение товара и бренда в блогосфере.

Развитие блогосферы в Республике Мордовии только начинает набирать обороты. За последний год количество региональных блогеров, которые приобретают популярность и за пределами республики, резко возросло. Прослеживая тенденцию роста интернет-пользователей, не сложно предположить, что через год-два состояние региональной блогосферы изменится: увеличится количество блогов, а, следовательно, и блогеров, повысится активность пользователей в сети.

Одним из самых известных блогов Республики Мордовии, который насчитывает более 11 тыс. подписчиков (читателей), является блог компании «Webparadox», занимающейся разработкой игр и приложений под iOS и Android [12]. Twitter владельца компании представляет собой наглядный пример корпоративного блога, где происходит не только общение с подписчиками, но и продвижение собственной продукции:

«Наше первое приложение в Mac App Store – Itajao – ставим, оцениваем, ругаем и хвалим» [12].

Или:

«Зарелизили очередное приложение для iPhone и iPad. Забавная игрушка. Майло» [12].

Судя по всему, блог компании «Webparadox» приносит хорошие плоды, так как успех и популярность их приложений и игр медленно, но верно растет. Многие пользователи узнают о новых продуктах именно через Twitter, где размещается ссылка с подробным описанием приложения и возможностью скачать его на свой телефон совершенно бесплатно или за некоторую символическую сумму. За каждый переход по ссылке компания получает небольшой процент, который в общей сумме составляет немалую сумму.

Далеко небезызвестным региональным блогером является Владислав Филатов: подкастер, IT-журналист и руководитель TimeofNewz.ru [11].

Владислав ведет активную общественную жизнь, поэтому его блог обновляется с завидной регулярностью: подробные отчеты о прошедших мероприятиях не заставляют себя долго ждать. В связи с тем, что в последнее время компания «Мегафон» крепко взялась за продвижение своей марки в республике и начала активно сотрудничать с молодежью Саранска, Влад, как один из самых популярных блогеров Поволжья, не мог остаться в стороне:

«Совсем недавно мне посчастливилось побывать на замечательном мероприятии от компании Мегафон – «МегаТур». Он проходил в Самаре и собрал под своих крылом самых видных и интересных блогеров Поволжья. Нам показали центральный офис и конечно совсем недавно построенный ЦОД» [11].

Так же блогер не может отказаться от частого упоминания в своих сообщениях компании «Apple»:

«Apple официально объявила о том, что они проведут свою ежегодную всемирную конференцию разработчиков (WWDC) с 11 по 15 июня» [31];

«Apple отчиталась о рекордных продажах iPhone» [11].

Но не только ее можно встретить в коротких сообщениях Владислава. Он пишет о последних новостях «Microsoft», «Diablo», «Windows» и т. д., не забывая добавлять ссылки на источники.

Количество постоянных читателей блога Владислава Филатова насчитывает более 8 тыс., он считается компетентным и опытным в своей области специалистом, к мнению которого можно прислушаться без опасения. Поэтому постоянное упоминание мировой

корпорации, а так же продуктов других известных фирм, несомненно, оказывает влияние на постоянных читателей.

Не смотря на видимую живость развития региональной блогосферы, следует признать, развивается она темпами значительно меньшими, чем аналогичное явление в стране в целом. Причин этому несколько: низкий уровень компьютерной грамотности нестоличных районов республики, отсутствие массового доступа к сети Интернет с одной стороны, и явное недоверие к рекламе в Интернете как со стороны рекламодателей, так и со стороны потребителей.

Развитие блогосферы является для нашей страны новым явлением, но ширится оно как в количественном, так и качественном отношении довольно быстрыми темпами. Однако, в отличие от англоязычной блогосферы, в России практически нет профессиональных блогеров, которые могли бы жить только за счет ведения своего дневника, зарабатывая на рекламе. В то же время появляется все больше корпоративных блогов – их официально ведут работники компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Панов А. В. Блоги. Новая сфера влияния. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 344 с.
2. Тюриков А. Г. Интернет-реклама : учеб. пособие. – М. : Дашков и К, 2008. – 144 с.
3. Флинн Н. Корпоративные блоги: правила поведения / пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 320 с.
4. Энциклопедия интернет-рекламы [Электронный ресурс] / под ред. Т. Бокарева. – [Б. м.], 1997–2008. – Режим доступа: <http://book.promo.ru> (дата обращения: 21.05.2014).
5. Merriam-Webster [Электронный ресурс] : [сайт]. – [Б. м.], 2014. – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 21.05.2014).
6. Dr. Scott Nowson, PhD [Электронный ресурс] : [персон. сайт]. – [Б. м.], 2014. – Режим доступа: <http://www.nowson.com> (дата обращения: 21.05.2014).
7. Общественная журналистика и блоги [Электронный ресурс] // ProReklamu.com: Реклама, Маркетинг, PR. – 2012. – 22 янв. – Режим доступа: <http://www.proreklamu.com/articles/all/21047-obschestvennaja-zhurnalistika-i-blogi.html> (дата обращения: 21.05.2014).
8. Бардашевич Я. А. Особенности жанра интернет-блога [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум : материалы III Общерос. студенч. электрон. науч.

конф. (15–21 февр. 2011 г.). – Режим доступа: <http://rae.ru/forum2011/18/738> (дата обращения: 21.05.2014).

9. Брызгалова Е. СМИ нажали на рекламную паузу [Электронный ресурс] // Газета.ru. – 2014. – 28 февр. – Режим доступа: <http://www.gazeta.ru/business/2014/02/26/5927749.shtml> (дата обращения: 21.05.2014).
10. Интернет-реклама в России: ключевые показатели рынка интернет-рекламы в России [Электронный ресурс] // RuМетрика. Цифры в Интернете. – Режим доступа: <http://rumetrika.rambler.ru/review/0/3704?article=3704> (дата обращения: 11.11.2011)
11. Filatovvlad [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2014. – Режим доступа: <http://twitter.com/filatovvlad> (дата обращения: 11.11.2011).
12. Webparadox [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2014. – Режим доступа: <https://twitter.com/webparadox> (дата обращения: 11.11.2011).

КОНДРЕНКОВА В. И.

**МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И ПРОТЕСТОМ: ГРАФФИТИ-ФЕСТИВАЛИ В
КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА**

Аннотация. В статье анализируется граффити-фестиваль как феномен городского творчества. Граффити-фестивали рассматриваются автором как коммуникативное пространство взаимодействия государственной власти и коммерческих организаций, а также как сфера самовыражения уличных художников.

Ключевые слова: граффити, граффити-фестивали, граффити-баттл, райтер, уличное искусство.

KONDRENKOVA V. I.

BETWEEN POWER AND PROTEST:

GRAFFITI FESTIVALS IN URBAN COMMUNICATION

Abstract. The article studies graffiti festivals as a street art phenomenon. The author considers graffiti festivals to be a way of communicative interaction between authorities and commercial organizations as well as street artists' self-expression.

Keywords: graffiti, graffiti festivals, graffiti battle, writer, street art.

Феномен граффити практически не изучен, однако с каждым годом привлекает все больше внимания со стороны многих исследователей. Изучением различных аспектов данного направления уличного искусства занимались Б. Е. Беркли, Ж. Бодрийяр, Р. Лачман, М. Миллер, Е. Отта. Среди российских исследователей – Е. Ю. Витюк, С. А. Барсамов, М. А. Кокорев и др. Одним из важных аспектов, без которого невозможно дальнейшее изучение феномена граффити, является определение мотивов, побуждающих к быстрому развитию данного течения. На одном из сайтов граффити – «Graffiti World» выделяют следующие причины, побуждающие к созданию граффити [1]:

- утверждение личностной или групповой идентичности;
- протест против некоторых общественно-значимых событий;
- творческие и развлекательные мотивы.

Е. Ю. Витюк в своей работе «Городская среда как арт-объект» дает следующее определение граффити: «Граффити – итал. *graffito* – рисунок, изображение. Это сравнительно новое направление в создании изображений на поверхностях архитектурных объектов (фасады домов, заборы, гаражи, веранды, асфальтовое покрытие и т. д.). Помимо особой техники рисования граффити интересны своим социально-философским

содержанием» [2, с. 43]. С. А. Барсамов в статье «Необходимость девиантного опыта для одобряемой карьеры в граффити: социальная аномия или норма переходного периода?» определяет граффити следующим образом: «Граффити – это надписи и рисунки на стенах и поездах, девиантная практика, незаконная порча чужого имущества, которая влечет за собой уголовную ответственность. Вместе с этим граффити – это молодежная субкультура, со своими законами, идеями и философией» [3].

М. А. Кокорев, рассматривая феномен городских надписей, выделяет три вида граффити:

- содержательные граффити, т. е. надписи, содержащие эксплицитное сообщение разнообразной тематики.

- разрушающие граффити. Они появляются преимущественно на рекламных плакатах и стендах. Это знаки, нарушающие целостность и изменяющие содержание официального сообщения или образа.

- специфические надписи, сделанные в стиле «хип-хоп» и принадлежащие к соответствующей подростковой субкультуре [4, с. 2]. Рассматривая эти три типа надписей, М. А. Кокорев отмечает последовательное их распространение, начиная с 1960-х гг., и преобладание в последние годы граффити третьего типа.

Сегодня граффити необходимо рассматривать как комплексное явление. С одной стороны, граффити – противозаконное действие, которое не одобряется обществом. С другой – талантливые художники создают довольно хорошие работы, которые пользуются популярностью и за которые часто платят большие деньги. Из-за противоречивости данного феномена граффити в разных странах воспринимается по-разному.

В России граффити существует сравнительно недавно, поэтому на сегодняшний день в обществе преобладает скорее негативное отношение к этому виду искусства. Причина такого отношения кроется в неприличных рисунках и нецензурных надписях на улицах российских городов, уродовании памятников архитектуры и других культурных ценностей, которые создаются или разрушаются простыми уличными хулиганами. Настоящие художники, по информации ряда сайтов о граффити, придерживаются следующих негласных правил [5]:

- никогда не рисуй на жилых домах, зданиях представляющих какую-либо культурную ценность, школах, детских садах, больницах;

- никогда не рисуй на памятниках, мемориальных плитах, надгробиях;

- никогда не рисуй на работах других writer'ов, это позорно и бесчестно, этим ты сделаешь хуже только себе;

- граффити существует для того, чтобы сделать серый и унылый городской мир ярче и красивее.

Проанализировав ситуацию, приходим к выводу о том, что необходимо различать профессиональное граффити и вандалистские надписи и рисунки.

Несмотря на противоречивый характер рассматриваемого вида искусства, в мире ежегодно проходит большое количество посвященных ему фестивалей. Один из самых масштабных – «WynWood Walls» был основан в 2009 году в Майами американскими граффистами Тони Голдманом и Джеффри Дейтчем. Район, который выбрали мастера, был полузаброшенным, но после работы проект привлек внимание горожан, журналистов и ведущих мастеров граффити – Shparf Fairey, Os Gemeos, Futura. С 2011 года фестиваль носит статус международного и на нем представляют свои работы мастера граффити из Европы, в частности Стейлос Фатакис, Андрей Манжос, Владимир Бордусов и др. Как отмечают многие участники и зрители фестиваля, стены заброшенных зданий, контейнеры для мусора, заборы благодаря подобным мероприятиям приобретают совершенно новый, «свежий» вид (см. рис. 1).



Рис. 1. Работы граффистов на фестивале «WynWood Walls» в заброшенном районе г. Майами.

В Англии, на родине известного андерграудного художника, рисующего в стиле граффити, Бэнкси, ежегодно проводится большое количество граффити-фестивалей. Один из них – «Апфест 2013» – прошел в 2013 году в Бристоле, где собрал более 300 райтеров со всего мира и, как предполагалось, показал настоящую битву уличных художников, соревнующихся в своем мастерстве [7]. Яркие рисунки теперь украшают ветхие постройки Бристоля, пострадавшие во время Второй мировой войны, и придают старым улочкам свежий, праздничный вид. В Англии, к такому виду самовыражения уже давно относятся как к искусству. Жители понимают, что граффити призваны «одушевлять» безликие городские

улицы и поднимать настроение, поэтому там все чаще проводятся легализованные граффити-фестивали (см. рис. 2).



Рис. 2. Постройки Бристоля, разрисованные на фестивале «Апфест 2103».

Несмотря на неоднозначность отношения к нему, с каждым годом движение граффити в России становится все более профессиональным. Райтеры из разных стран обмениваются опытом как на российских, так и на международных фестивалях. К примеру, в Санкт-Петербурге с 2006 года проходит российский этап одного из самых глобальных мировых фестивалей «Meeting Of Styles» (MOS). Талантливые молодые люди из разных городов и стран, рисующие в непохожем стиле, манере и технике собираются вместе для создания уникальной настенной картины с единой концепцией. Это мероприятие имеет международный статус и каждый год проходит во многих странах Европы, в Канаде, США, в странах Южной Америки [9].

В российской столице тоже проходит много фестивалей, развивающих и продвигающих граффити-движение. Одним из крупных мероприятий является масштабный летний проект «Лучший город Земли», который собирает как рядовых участников, так и художников-победителей российских и международных конкурсов. Этот фестиваль интересен не только участникам и журналистам, но и многим жителям города, находящимся в восторге от профессионально созданных рисунков и надписей (см. рис. 3).



Рис. 3. Работы лучших художников граффити на фестивале «Лучший город земли».

По словам Дениса Кошелева, корреспондента «МИР 24», «после того, как фестивали становятся легальными, «подпольное уличное искусство» постепенно стало превращаться в настоящее творчество» [11].

Благодаря развитию техники и средств связи граффити развивается не только в крупных городах, но и менее заметных республиках и областях. К примеру, в Республике Мордовия, одном из регионов России, все чаще проводятся граффити-баттлы и фестивали, в том числе под руководством Администрации: молодежный фестиваль граффити «Украсим любимый город!», граффити-марафоны от «Атяшево» и др. (см. рис. 4).



Рис. 4. Работы художников с граффити-фестиваля «Украсим любимый город»
в г. Саранск.

В мероприятиях принимают участие уличные художники, учащиеся художественных школ и школ искусств городского округа Саранск. Райтеры республики и приезжих городов создают свои работы в парках города, около железнодорожной линии, в заброшенных уголках столицы. Многие из работ посвящены Чемпионату мира по футболу 2018 года (см. рис. 5), так как Саранск – один из городов, который будет проводить это мероприятие.



Рис. 5. Процесс создания работ, посвященных Чемпионату мира 2018 года.

Таким образом, можно сделать вывод о росте популярности граффити и его становлении как самостоятельного вида искусства. Жители многих городов, не только Европы и США, но и России уже могут похвастаться красочностью, яркостью и неповторимостью своего края. Отделив граффити как направление современного молодежного искусства от бездарного хулиганства и «заборного» творчества, граффистам легально предоставляют площадки для создания новых работ, организовывая профессиональные граффити-фестивали. Администрация и жители городов создадут райтерам условия для создания качественных и захватывающих работ в городской среде и приобщения населения к новому архитектурному искусству.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вандализм и граффити как одна из форм проявления девиации среди молодежи [Электронный ресурс] // Graffiti World. – 2009–2014. – Режим доступа: http://graffity-world.ucoz.ru/publ/vandalizm_i_graffiti_kak_odna_iz_form_projavenija_deviacii_sredi_molod_ezhi/1-1-0-79 (дата обращения: 25.05.2014).

2. Витюк Е. Ю. Городская среда как арт-объект // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2012. – № 364. – С.125– 134.
3. Клейберг Ю. А. Психология девиантного поведения. – М., 2001. – 160 с.
4. Барсамов С. А. Необходимость девиантного опыта для одобряемой карьеры в граффити: социальная аномия или норма переходного периода? // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 7. – С. 76–82.
5. Ялмадинов В. История граффити: от пещерных людей до хип-хопа [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2010. – Режим доступа: http://libkem.su/index.php?option=com_content&task=view&id=51 (дата обращения: 25.05.2014).
6. Graffiti art: фестиваль граффити «Wynwood walls» [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2011–. – Режим доступа: <http://graffiti-art.ru/2011/12/22/festival-graffiti-wynwood-walls> (дата обращения: 25.05.2014).
7. Фестиваль граффити в Бристоле [Электронный ресурс] // Teleobektiv.ru. – 2013. – 29 мая. – Режим доступа: <http://teleobektiv.ru/Angliya/Festival-graffiti-v-Bristole.html> (дата обращения: 25.05.2014).
8. Meeting of style 2008 [Электронный ресурс] // Look At Me : интернет-изд. – Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/flow/moda/street/25095-meeting-of-style-2008> (дата обращения: 25.05.2014).
9. «Лучший город земли». Фестиваль граффити на улицах Москвы [Электронный ресурс] // Слово творчества : [сайт]. – 2013. – 16 сент. – Режим доступа: <http://cword.ru/luchshi.y-gorod-zemli-festival-graffiti-na-ulitsah-moskvyi.html> (дата обращения: 25.05.2014).
10. Фестиваль граффити порадовал москвичей шедеврами уличного искусства [Электронный ресурс] // Эрмитаж : интернет-сообщество. – 2013. – 11 авг. – Режим доступа: <http://ermitaj.org/blogs/dobro-pozhalovat/festival-graffiti-poradoval-moskvichei-shedevrami-ulichnogo-iskusstva.html> (дата обращения: 25.05.2014).

ГУДОШНИКОВА А. А., АГЕЕВА Г. М.
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА ФИННО-УГОРСКОЙ ТЕМАТИКИ
В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье анализируются медиа-ресурсы финно-угорской проблематики, представленные в сети Интернет. Особое внимание уделено блогам и социальным сетям как социальным медиа.

Ключевые слова: Интернет, медиасреда, социальные сети, информационные ресурсы, блоги, социальные медиа, финно-угры.

GUDOSHNIKOVA A. A., AGEEVA G. M.
INTERNET SOCIAL MEDIA ON FINNO-UGRIC ISSUES

Abstract. The article analyzes the Internet media resources dealing with Finno-Ugric issues. The authors focus on blogs and social networks as parts of social media.

Keywords: Internet, media environment, social networks, information resources, blogs, social media, Finno-Ugric.

С каждым годом пользователей Интернета становится все больше, что предполагает рост и разнообразие интернет-услуг. Просмотр обычного мультимедиа и текста в браузере уже не устраивает пользователей. Все большую популярность набирают сайты, где есть возможность взаимодействия людей друг с другом посредством данного сайта. Такого рода сайты (социальные сети, форумы, фото- и видеохостинги, блоги, живые журналы) имеют обобщенное название – «социальные медиа».

Социальные медиа широко востребованы в Интернете, привлекают внимание исследователей, поскольку проникают во многие сферы жизни и становятся ее неотъемлемой частью. Таким образом, социальные медиа являются ключевым элементом для развития информационного общества, в скором времени они будут неотъемлемым инструментом для любой деятельности. Мы вступили в эпоху «социальных медиа».

Социальные медиа – это многозначный термин, объединяющий различные online технологии в Интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи [3].

Чаты, форумы, ICQ, Skype, социальные сети – все это социальные медиа, которые помогают нам общаться и обмениваться новостями, видео, фото, музыкой и ссылками на все интересное, что привлекло наше внимание.

Начиналось все в конце прошлого века с досок объявлений и форумов. Именно эти ресурсы открыли для пользователей возможность неограниченной коммуникации. Они прошли долгий путь, прежде чем превратились в крупные социальные сети. И продолжают ежегодно развиваться.

Социальные сети на сегодняшний день – это вершина взаимодействия в рамках социальных медиа.

По данным «Исследования российских социальных медиа – 2010», проведенного агентством «Роуз креативные стратегии», около 28 % российских интернет-пользователей ищут информацию о брендах в социальных медиа перед тем, как совершить покупку. Это свидетельствует об относительно высоком уровне доверия к информации, размещаемой в социальных сетях – значительно более высоком по сравнению со стандартным уровнем доверия рекламе (14 %) [12].

Почти 90 % тех, кто читал о брендах (отзывы других пользователей и тематические посты) в социальных сетях перед совершением покупки, утверждают, что прочитанное повлияло на их выбор. 24 % (или примерно 1 из 4 российских интернет-пользователей) полагаются на социальные медиа перед совершением покупки [Ibidem].

По данным исследования, почти 37 % российских интернет-пользователей участвуют в дискуссиях о продуктах и услугах в социальных сетях. Это означает, что более одной трети пользователей узнают о брендах из социальных медиа. 58 % российских интернет-пользователей смотрят рекламу брендов онлайн. Это означает, что российская интернет-аудитория по количеству просмотров рекламы на сегодняшний день конкурирует с телевизионной аудиторией. Более 42 % российских интернет-пользователей считают, что социальные сети сближают людей. Многие признаются в том, что социальные сети стирают границы, которые существуют в офлайн-коммуникации [Ibidem].

Результаты опросов ВЦИОМ следующие: порядка 62 % пользователей доверяют отзывам в социальных сетях, 47 % верят советам на форумах и в блогах и 48 % ориентируются при выборе на отзывы на сайтах [13].

Появление медийного пространства значительным образом повлияло на формирование ключевых маркеров идентичности финно-угорского мира. Раньше он был более замкнут сам на себя, то теперь является частью гораздо более широкого информационного пространства, которое по степени влияния и охвата превосходит финно-угорское [1].

В современном мире народ, не имеющий своего представительства в интернет-пространстве, не имеющий своей собственной медийной среды, в большей мере склонен к утрате своей субъектности.

Такому народу сложнее сохранить свой язык, свое собственное лицо, он подвержен размыванию в среде этнического большинства.

Медийная среда – место виртуального сбора финно-угорского народа. Информационное пространство связывает и офлайновые финно-угорские институты.

На сегодняшний день ситуация с социальными медиа финно-угорской направленности обстоит не самым лучшим образом. Речь не идет о финно-угорских блогах.

Основная причина, как правило, отсутствие заинтересованной целевой аудитории. Для увеличения читаемости и посещаемости финно-угорских социальных медиа необходимо иметь четкую, подготовленную аудиторию. Поэтому необходимо работать над созданием развивающейся, модернизированной, ориентированной на современность платформы социальных медиа.

В 2008 г. появилась первая специализированная финно-угорская социальная сеть «Уралистика». По мнению создателей, этот ресурс должен стать альтернативой уже существующим сообществам финно-угров в прочих социальных сетях Рунета.

Социальная сеть «Уралистика» – это место, где можно установить сотрудничество с активистами финно-угорского движения из разных частей света, вести свою личную страничку (блог, фотоальбом, собственная аудио- и видеотека), загружать файлы, создавать группы по интересам, принимать участие в интересных дискуссиях [8].

Одной из функций социальной сети «ВКонтакте» является создание групп и просмотр уже имеющихся. Здесь образовались большие пользовательские финно-угорские группы. Например, группа «Финно-угры» представляет информацию финно-угорской тематики: видео, фотографии, познавательные статьи. Данная группа является электронной площадкой для общения представителей финно-угорских и самодийских народов, проживающих во всех уголках мира. Есть ссылки и на другие группы и сообщества финно-угорского мира [10].

Социальная сеть, как правило, предполагает ни к чему не обязывающее общение, обмен текстовыми посланиями, аудио- и видео материалами. Группы предлагают темы для обсуждения, опубликовав их на «стене». «Стена» – место всеобщего обозрения, записи на которой открыты для всех, их может прокомментировать любой желающий. Темы в основном такие: «Как остановить депопуляцию финно-угров?», «Как избежать ситуации, когда титульная нация становится не титульной в своем регионе?» и т. д.

Говоря о группах сети «ВКонтакте», можно привести в качестве примера и «первую официальную группу о Мордовии» «Мордовская братва». Здесь присутствуют материалы аудио- и видеоформата. Указан список тегов, т. е. тем для общения, который постоянно пополняется, например, «Мордовия», «Рузаевка», «Саранск» и т. д. В данной группе можно найти земляков и единомышленников, обсудить экономические, политические и социальные проблемы, а можно просто пообщаться и приятно провести время за просмотром видеозаписей [4]. «Мордовская братва» также предоставляет ряд ссылок на группы по интересам: «Моя солнечная Мордовия» – объединение уроженцев Мордовской АССР, сейчас Республики Мордовия; «Сообщество Мордовии. Барахолка. Объявления Саранск» – данное сообщество представляет собой своего рода виртуальный торговый центр, содержит множество объявлений.

Немалый интерес вызывает открытая группа «Эрзянский интерфейс ВКонтакте.ру» – это инициативная группа по переводу интерфейса ВКонтакте.ру на эрзянский язык. Обсуждения содержат 12 тем, среди которых: «Перевод главного меню», «Непереведенные надписи» и т. д. В данной группе содержится ссылка на не менее интересное сообщество – «Эрзяне объединяемся! Эрзят вейсэ виевтяно!» Приветствие, описание и новости на стене группы исключительно на национальном языке. Аудиозаписи содержат мордовские песни, в исполнении Евгения Самаркина, Бакич Видяя и др. [11].

Ядро удмуртской нации в социальной сети «ВКонтакте» представляет группа «Удмуртлык».

«Удмуртлык» – удмуртское медиа №1. Именно медийная среда сегодня может быть той матрицей, из которой могут быть произведены другие институты современной нации. «Удмуртлык» – место виртуального сбора удмуртского народа, всеудмуртская контактная площадка. Вне этой площадки, конечно, есть и удмурты, и удмуртская среда, и кое-какие удмуртские институты. Их самовоспроизводство в современных условиях почти целиком зависит от развития общего информационного пространства, которое состыковывает и связывает другие, в том числе офлайновые, институты удмуртского общества.

Нация – это народ, имеющий государственность, собственные институты, которые позволяют ему поддерживать единство, активно общаться между собой и самовоспроизводиться. Сегодня становится совершенно очевидным, что без собственного институционального пространства воспроизводство удмуртского народа становится негарантированным. Без собственной системы институтов невозможно складывание удмуртского общества, а удмуртская среда может распасться на социальные атомы индивидуальных представителей удмуртского национального меньшинства

Еще историки XX века утверждали, что нации создаются при участии газет, формирующих общую информационную картину для определенной группы людей и работающих на выработку актуальной повестки для этой группы людей. Отличие нашего времени состоит в том, что роль газет выполняют новые образования – социальные сети.

В газете имеется редколлегия, авторский коллектив, позиция редакции и читатели, потребители контента журналистов. В наше время граница между авторами контента и его потребителями стирается, а сами они все чаще вступают в кооперацию друг с другом. Еще век назад этнические ценности формулировали лидеры сообществ, сегодня этот процесс открыт для всех членов сообщества. Будучи ключевым местом сбора удмуртов, «Удмуртлык» должен взять на себя задачу развертывания институтов в офлайне. Это означает, что «Удмуртлык» становится местом, где отныне будут реализовываться официальные внутриудмуртские выборы, опросы, координация совместных действий [6].

Удмуртская молодежная общественная организация «Шунды» также представлена в социальной сети «ВКонтакте». Цель организации: сохранение и развитие удмуртского языка и культуры, содействие росту национального и социального самосознания молодых удмуртов [7].

В качестве примера еще одной социальной сети, в которой функционируют пользовательская финно-угорские группа «Финно-угорский мир», выступает «Мой Мир@Mail.ru».

«Финно-угорский мир» – общественно-политическое сообщество, посвященное финно-уграм и всем, кто симпатизирует их культуре, языку и истории. Здесь также представлены аудио- и фотоматериалы. Фотографии размещены в отдельных альбомах с соответствующими заголовками: письменность, географические карты, святыне места, народные творения, родная природа, малая родина и т. д.

Группа предлагает следующие темы для обсуждения: финно-угорские народы, история, культура, вера, традиции, национальное образование, наука, общество, общественные объединения, демократия, права и свободы, гражданское общество, консолидация общества [9].

«Удмурт Интернет» (блог об удмуртских сайтах)

Острая потребность в существовании удмуртоязычного Интернета наблюдается у групп людей, численность которых не велика. 100 человек в сутки – стандартная посещаемость самого популярного удмуртского ресурса – группы «Удмуртлык» «ВКонтакте».

На новые сайты и блоги, созданные за последние 2 года, ходят те же самые люди и попадают они на них преимущественно из социальных сетей. Доля поисковых переходов, задаваемых на удмуртском языке, ничтожно мала, а пользователи ищут удмуртский контент, задавая русскоязычные запросы.

Несмотря на это, в последние годы активно создаются удмуртские сайты. Суть заключается в том, что в удмуртской культуре все работает наоборот. Если по стандарту спрос порождает предложение, то в случае с удмуртским Интернетом и вообще культурой предложение порождает спрос. Среди людей, интересующихся удмуртским Интернетом и изучающих удмуртские события в Интернете, есть 10 % создателей культурных продуктов, которые являются достаточно успешными и сами порождают спрос. В основе этих продуктов лежат удмуртские события, стихи, заметки, фотографии с мест событий, звуки, картинки, которые распространяются моментально в Интернете. Не было бы таких активистов, не был бы никому нужен удмуртский Интернет.

Существуют две проблемы на пути развития «удмуртнета»:

- недооценка владения собственным языком;
- недооценка возможностей родного языка.

Эти проблемы частично решились с появлением социальных сетей, в частности группы «Удмуртлык» и других удмуртских групп «ВКонтакте». Социальные сети обладают атмосферой дружелюбия, доверия, неформального общения, в которой забываются недостатки твоей речи, и все, что хочется выплеснуть, пользователь выплескивает.

Удмуртские блоги тоже эволюционируют. Наряду с текстовым контентом появляется и медийный контент: звуки и видеопосты.

На фоне эволюции стандартных блогов к блогам с медийным содержанием заслуживает внимание проект Павла Поздеева – видеоканал Yumshan Promo. Сейчас это просто очень популярный канал на YouTube, но его можно трансформировать в видеоблог с текстовыми описаниями. Уникальные тексты в поисковых системах сейчас не редкость, поэтому требуется комплексный контент – контент медийный, который все больше и больше захватывает сознание пользователя [5].

Рассмотрим еще один проект – «Komi Forum.ru» (главный форум Республики Коми). Данный форум предполагает общение на любые темы. Информация разбита на блоки по интересам. Все гости форума могут просматривать данный раздел, но создавать новые темы и отвечать на сообщения могут лишь зарегистрированные пользователи.

«Komi Forum.ru» содержит следующие разделы:

«Республика Коми» – сгруппирована информация о столичной жизни, бизнесе в Коми, образовании, культуре и искусству, политике, поиске людей и т.д.

В разделе «Тематические форумы» указан следующий набор тегов: информационные системы, компьютерные игры, клуб автомобилистов.

«Обо всем» – раздел, в котором можно найти много интересной и полезной информации об увлечениях, отношениях между людьми, а также о здоровье [2].

Еще один интересный ресурс – Живой журнал – бесплатная блог платформа, позволяющая вести свой дневник в Интернете. Пользователи создают свои странички, делятся мыслями. Этнофутурист Мерянь Андю в своем блоге публикует отчет о путешествии в город Буй Костромской области. В блоге он анализирует не только исторические свидетельства широкого мерянского присутствия на этих территориях, но и вглядывается в лица местных жителей, пытаясь расшифровать их антропологию. Андю публикует отрывок из статьи в журнале «Итоги», посвященной появлению новых или возрождению «спящих» идентичностей России. В комментариях к записи разворачивается обстоятельная дискуссия о том, является ли мерянское возрождение искусственным конструированием или самым что ни на есть обретением утраченного наследия.

Ведение блогов вызвано желанием общения. Для финно-угорского мира, объединившегося в электронной среде сравнительно недавно, блоги и социальные сети являются универсальным средством массовой коммуникации.

Сеть сплетает всех в единое целое, укрепляет связи. Расстояние перестает быть преградой.

Мы попытались выявить закономерности развития отдельного сегмента финно-угорского электронного информационного пространства – социальных медиа, структурировали цифровые массивы, сравнили содержательное наполнение и возможности этих ресурсов.

Хотя специалисты с осторожностью отзываются о целесообразности и эффективности мониторинга электронной среды, подчеркивая относительность и низкую результативность оценок. Причинами этого являются: высокая динамичность данной области, отсутствие четкого определения основных объектов и скоординированного сбора необходимых данных. Тем не менее, промежуточные итоги регулярно подводятся и позволяют корректировать деятельность в указанном направлении, выстраивать перспективы.

ЛИТЕРАТУРА

1. DV-Reclama.ru [Электронный ресурс] : [дальневосточ. информ.- реклам. портал]. – Хабаровск, 2005– . – URL: <http://www.dv-reclama.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
2. Komiforum.ru [Электронный ресурс] : форум. – [Б. м.], 2009– . – URL: <http://www.komiforum.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
3. Ритм жизни [Электронный ресурс] : [блог]. – [Б. м.], 2011– . – URL: <http://ritmlife.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
4. Сообщество жителей Мордовии. Мордовская братва [Электронный ресурс]. – Рузаевка, [2009–]. – URL: <http://vk.com/republicmordovia> (дата обращения: 14.03.2013).
5. Удмурт Интернет [Электронный ресурс] : блог. – [Ижевск], 2009– . – URL: <http://www.kazak-of-sky.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
6. Удмуртлык [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2007–]. – URL: <http://udmurtlyk.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
7. УМОО «ШУНДЫ» [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2008–]. – URL: <http://vk.com/shundy> (дата обращения: 14.03.2013).
8. Уралистика [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2008–]. – URL: <http://uralistica.com> (дата обращения: 14.03.2013).
9. Финно-угорский мир [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2011–]. – URL: <http://my.mail.ru/community/finnougricworld> (дата обращения 14.03.2013).
10. Финно-угры [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2014–]. – URL: http://vk.com/finno_ugric (дата обращения: 14.03.2013).
11. Эрзянский интерфейс ВКонтакте.ру [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2008–]. – URL: <http://vk.com/club2006532> (дата обращения: 14.03.2013).
12. Исследование социальных медиа в России [Электронный ресурс] // Cossa.ru : информ. портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – [Б. м.], [2010–]. – URL: <http://www.cossa.ru/articles/149> (дата обращения: 14.03.2013).
13. Социальные сети в России сегодня. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] // Частный корреспондент. – 2013. – 31 янв. – URL: http://www.chaskor.ru/article/sotsialnye_seti_v_rossii_segodnya_30886 (дата обращения: 14.03.2013).

МЕТЕЛКИНА Ю. П.

ЭЛЕКТРОННЫЕ БИБЛИОТЕКИ ФИННО-УГОРСКИХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Аннотация. В статье дан обзор коллекций финно-угорской проблематики, размещенных в сети Интернет. Раскрывается содержательное наполнение и структура библиотек, оцениваются поисковые возможности, формулируются проблемы и перспективы развития данного направления.

Ключевые слова: Интернет, информационные ресурсы, финно-угры, электронные библиотеки, книги, книжная культура, электронные коллекции, мультимедиа, базы данных, книжные памятники, электронные издания.

METELKINA YU. P.

ELECTRONIC LIBRARIES OF THE FINNO-UGRIC REGIONS OF RUSSIA

Abstract. The article presents an overview of Finno-Ugric issues posted on the Internet. The author considers the content and structure of Finno-Ugric electronic libraries, assesses their search capacities, and formulates their problems and prospects.

Keywords: Internet, information resources, Finno-Ugric peoples, electronic library, book, book culture, digital collection, multimedia, database, electronic publication.

Ресурсы финно-угорской тематики, широко представленные сегодня в сети Интернет, чрезвычайно разнообразны по структуре, назначению, содержанию. Существует немало интернет-источников, представляющих собой электронные коллекции книг на мордовском, финском, эстонском, вепсском, карельском, марийском, венгерском, коми языках. В первую очередь, это электронные библиотеки. Рассмотрим наиболее крупные из них.

Финно-угорская электронная библиотека

Ресурс направлен на популяризацию литературного творчества финно-угров. Как известно, издания на языках коренных народов выпускаются небольшими тиражами и зачастую лишь в регионах их компактного проживания. На сегодня в библиотеке представлены тексты разных жанров на 10 языках. В основном это тексты в PDF-формате. В библиотеке размещена и учебная литература для национальных школ, что является серьезным подспорьем для обучения, поскольку выпуск изданий на национальных языках в России осложнен, а в некоторых регионах и вовсе приостановлен.

На сегодня в библиотеке размещено более 60 электронных версий изданий классической литературы, книг для детей, учебников, словарей, а также периодика. В среднем в библиотеку заглядывают до двух тысяч посетителей в месяц [7].

В библиотеке доступны следующие разделы: периодика, учебники и справочники, словари, переводы.

Национальная электронная библиотека Республики Коми.

Национальная библиотека Республики Коми уделяет большое внимание формированию электронных баз и каталогов. В настоящее время идет работа по составлению электронных коллекций редкой книги, а также изданий видных российских и зарубежных ученых (А. Попова, Н. Попова, М. Кастрена, Ф. Видемана и других). Сотрудники Национальной библиотеки приступили к реализации проекта «Национальная электронная библиотека», куда войдут полные тексты классиков коми литературы (И. Куратова, В. Савина, М. Лебедева и др.) и современных писателей и лингвистов. Библиотекой уже выпущен ряд электронных изданий, успешно разошедшихся по республике. Так, в 2006 году был реализован мультимедийный проект «Наследие К. Ф. Жакова», вскоре вышел биобиблиографический указатель «Российские исследователи коми языка». Национальная библиотека активно принимает участие в поиске оптимального применения электронных достижений в библиотечном деле. Недавно в стенах библиотеки прошла международная научно-практическая конференция «Мудрость книжной культуры и век цифровых технологий».

Национальная электронная библиотека включает полные тексты краеведческих документов, в том числе следующие коллекции и собрания:

- коллекция «Зырянника»;
- коллекция «Финноугрика»;
- коллекция «Нотные рукописи»;
- собрание краеведческих периодических изданий;
- писатели Республики Коми;
- неопубликованные произведения;
- собрания библиотек и других фондодержателей Республики Коми.

Все тексты Национальной электронной библиотеки представлены в формате PDF [4].

Электронная библиотека Республики Карелия

В этой библиотеке размещены в основном книги карельских авторов – ученых, писателей, издания из библиотек республики, в том числе дореволюционного периода. Электронная библиотека пополняется силами ряда организаций Республики Карелия: Регионального центра новых информационных технологий (РЦ НИТ) и крупных библиотек. В настоящее время в электронной коллекции присутствует более 1500 полных текстов, в том числе более 800 редких книг, изданных с XVII по XX вв. [3].

Национальная библиотека Удмуртской Республики

С 2008 года Национальная библиотека Удмуртии реализует проект «Создание национальных информационных ресурсов и обеспечение их доступности», одна из приоритетных задач которого – организация полнотекстовых электронных библиотек. В рамках проекта сформирована «Национальная электронная библиотека» – полнотекстовый ресурс, состоящий из четырех коллекций, представленных в ретроспективе и обновляемых на регулярной основе: «История Удмуртии», «Книжные редкости Удмуртии», «Периодика Удмуртии», «Удмуртская книга».

Формируются полнотекстовые электронные библиотеки и полнотекстовые базы данных собственной генерации по различным отраслям знания: «Журналистика», «Право», «Нефть и газ», «Экономика», «Педагогика», «Психология», «Пчеловодство» и др., аналитические базы данных: «Энергетика. Энергопотребление и энергосбережение: ресурсы Интернета», «Дорожно-транспортный комплекс: ресурсы Интернета», «Новые строительные технологии: ресурсы Интернета», «Устойчивое развитие сельского хозяйства: ресурсы Интернета» [6].

Государственная библиотека Югры

Государственная библиотека Югры предлагает новую услугу – «Электронная библиотека», которая открывает виртуальный доступ к редким фондам библиотеки и предоставляет их в общественное пользование. Целью «Электронной библиотеки» является содействие сохранению научного и культурного наследия региона путем формирования репертуара электронных документов.

Основу «Электронной библиотеки» составляют цифровые копии документов, которые относятся к книжным памятникам регионального значения, хранящимся в редких фондах Государственной библиотеки Югры.

Электронная библиотека имеет следующую структуру:

- «Издания о крае» – полные тексты документов по истории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, о народах, населяющих округ, о традициях и быте коренных народов и др.
- «Периодические издания» – электронные версии местных периодических изданий, имеющих в библиотечном фонде.
- «Библиографические указатели» – библиографические издания библиотеки по истории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, о памятных и юбилейных датах округа.
- «Югра литературная» – полные тексты произведений местных писателей, а также читателей, участвующих в литературных конкурсах библиотеки.

– «Издания о библиотеке» – опубликованные в средствах массовой информации материалы о библиотеке.

– «Методические издания» – методические пособия, буклеты, сборники о прошедших мероприятиях, конкурсах, семинарах, а также издания об итогах и опыте работы библиотек округа.

Пользование электронным фондом осуществляется в соответствии с «Правилами пользования Электронной библиотекой». Формат представления полнотекстовых документов – PDF [1].

Национальная библиотека Марий Эл им. С. Г. Чавайна

Национальная библиотека им. С. Г. Чавайна с 2007 г. реализует проект «Марийская электронная библиотека» – создание полнотекстовой базы данных редких книг и рукописей, историко-краеведческой и художественной литературы. На начальном этапе проект получил грантовую поддержку Президента Республики Марий Эл и был продолжен в рамках республиканской целевой программы развития этнокультурных и межнациональных отношений. Первыми были оцифрованы 25 редких изданий XVIII, XIX и начала XX вв. на русском и марийском языках. Сегодня состав коллекции расширен [5].

Мурманская государственная областная универсальная научная библиотека

Библиотека генерирует электронную коллекцию «Кольский Север» – общедоступный цифровой информационный ресурс – электронные копии краеведческих и местных документов. Издания, размещенные в электронной библиотеке «Кольский Север», имеют художественную, историческую, культурную и научную ценность. Они адресованы широкой пользовательской аудитории: ученым, краеведам, исследователям, школьникам и студентам, всем, кто интересуется прошлым и настоящим нашего края. Собрание цифровых документов состоит из книг, периодики, мультимедиа- и изоизданий, фотодокументов, статей из сборников и др.

Web-ресурс «Кольский Север» включает разделы: «Новые поступления», «О проекте», «Авторы Мурмана», «Периодика», «Медiateка», «Контакты», «Календарь знаменательных дат», «Краеведческие сборники», «Авторефераты и диссертации», «Библиография».

В настоящий момент доступны следующие тематические коллекции:

– «Колонизация Мурманского края» – работы А. М. Арнольдова, Г. Ф. Чиркина, документы правления Мурманской железной дороги;

– «Исследования Мурмана» – работы известных ученых, исследователей, путевые заметки писателей, посещавших край (К. М. Дерюгин, Н. М. Книпович, В. И. Немирович-Данченко, А. М. Бухтеев, Г. Ф. Гебель и др.).

– «Кольские саамы» – материалы о промыслах, быте, обычаях, фольклоре, а также по истории, этнографии коренного народа Мурманской области. Издания представлены на русском и саамском языках.

– «Сохраняя память о войне» – издания Мурманского областного отделения Международного общественного фонда «Российский фонд мира». Коллекция содержит Книги Памяти Мурманской области, а также издания о жителях Мурманска и области – ветеранах Великой Отечественной войны и тружениках тыла.

– «Святыни Кольского Севера» – сочинения о духовной жизни, истории православия и православных жителей Кольского Заполярья, а также современные православные периодические издания.

В разделе «Авторы Мурманска» в алфавитном порядке представлены работы современных историков, краеведов, журналистов, писателей, поэтов Мурманска.

В разделе «Периодика» собраны электронные версии современных газет и журналов, выходящих на территории области. Пользователям доступны также краеведческие периодические издания 1920-х гг. Представлен архив старейшего регионального издания Мурманской области – газеты «Полярная правда» за 1938 г.

Web-ресурс «Кольский Север» непрерывно развивается, представляя вниманию своих пользователей новые коллекции, в том числе включающие уникальные исторические документы [2].

В заключении можно сказать, что электронное книгоиздание финно-угорского мира в последнее время стремительно развивается. Электронные книги заняли достойное место в образовательной и культурной жизни финно-угров. Создаются электронные библиотеки финно-угорских регионов. Несмотря на положительную динамику, необходимо продолжать работу в данном направлении и создавать электронные издания на финно-угорских языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная библиотека Югры [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2003–2014. – URL: <http://www.okrlib.ru> (дата обращения: 10.03.2014).
2. Мурманская государственная областная универсальная научная библиотека [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2006–2014. – URL: <http://www.mgounb.ru> (дата обращения: 10.03.2014).
3. Национальная библиотека Республики Карелия [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2005–2014. – URL: <http://library.karelia.ru/cgi-bin/library/index.cgi> (дата обращения: 10.03.2014).

4. Национальная библиотека Республики Коми [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2003–2014. – URL: <http://www.nbrkomi.ru> (дата обращения: 10.03.2014).
5. Национальная библиотека Республики Марий Эл им. С. Г. Чавайна [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2005–2014. – URL: <http://library.mari-el.ru> (дата обращения: 10.03.2014).
6. Национальная библиотека Удмуртской республики [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2004–2014. – URL: <http://unatlib.org.ru> (дата обращения: 10.03.2014).
7. Финно-угорская электронная библиотека [Электронный ресурс]. – [Б. м.], 2002–2014. – URL: <http://www.fulib.ru> (дата обращения: 10.03.2014).

БАКУЛИНА А. С.

**СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛЮДЕЙ С ПРОБЛЕМАМИ
ЗРЕНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК**

Аннотация. В статье раскрыты социальная роль и современные возможности специальной библиотеки для людей с ограниченными возможностями. Охарактеризованы отдельные виды документов для незрячих и слабовидящих читателей. Проанализированы современные информационные технологии в деятельности специальной библиотеки для слепых.

Ключевые слова: специальная библиотека, ограниченные возможности, пользователь, документ, информационные технологии, информационная потребность, социокультурная реабилитация, структурное подразделение библиотеки.

BAKULINA A. S.

**SOCIOCULTURAL REHABILITATION OF PEOPLE WITH EYESIGHT
PROBLEMS: NEW TECHNOLOGIES FOR LIBRARIES**

Abstract. The article considers the social role and new technologies for special libraries for people with limited physical abilities. Certain types of documents for sightless and visually impaired people are characterized. The author analyzes the modern information technologies used by special libraries for sightless people.

Keywords: special library, limited physical abilities, user, document, information technologies, information need, sociocultural rehabilitation, structural subdivision of library.

Библиотека, как и любой другой социальный институт, постоянно развивается, и это развитие связано с изменениями общественных потребностей. Отвечая за производство, хранение и трансляцию социально значимой информации, библиотека прошла сложный путь развития и адаптации к конкретным общественно-историческим условиям и сегодня превращается в активного участника коммуникационного процесса, который базируется на совершенствовании не только информационно-библиотечных, но и социально-коммуникационных технологий. В современных условиях это приобретает ключевой смысл, в частности, в контексте предоставления библиотечно-информационных услуг лицам с проблемами зрения.

Согласно «Модельному стандарту деятельности специальной библиотеки для слепых субъекта Российской Федерации» – специальные библиотеки для слепых являются неотъемлемой частью библиотечной сети Российской Федерации и ее совокупного

культурного и информационного ресурса [4]. Специальные библиотеки для слепых – универсальные, общедоступные библиотеки. Основопологающим принципом их деятельности является принцип свободного и равного доступа к библиотечным фондам и информации для инвалидов по зрению. Его практическая реализация состоит в обеспечении этой категории пользователей необходимой информацией и услугами в том же объеме и того же качества, что и всех остальных пользователей библиотек.

Общественная значимость и социальная роль специальной библиотеки состоит в исполняемых ею функциях – информационной, культурной, образовательной, реабилитационной. Организуется беспрепятственный доступ к информации инвалидам по зрению на основе использования адаптивных технологий и тифлотехнических средств. Обеспечивается поддержка образовательной, профессиональной, социокультурной, досуговой деятельности незрячих пользователей, а также лиц с другими видами ограничений, что содействует их реабилитации и социализации через книгу и чтение [4].

Библиотеки, обслуживающие незрячих пользователей, функционируют как культурно-просветительные, реабилитационные и информационные организации, способствующие процессу социализации и воспитанию своих читателей путем создания благоприятных условий для их общеобразовательного, культурного развития, организации досуга и межличностного общения. Фактически библиотека для слепых превращается в региональный центр толерантности, создающая условия для взаимопонимания и общения людей, вне зависимости от их национальности, вероисповедания, социального статуса, принадлежности к тому или иному культурному сообществу, наличия физических ограничений или каких-либо особенностей. Мы согласны с автором Т. Сватковской в том, что сотрудники специальных библиотек находятся в одном из стратегических центров распределения информации, входят в число наиболее востребованных работников сферы духовного обслуживания: они занимаются интегрированием инвалидов и людей с ограниченными возможностями в жизнь социума [5, с. 43].

Специальная библиотека для слепых формирует, хранит и предоставляет пользователям фонд документов, включающий плоскостные, рельефно-точечные, аудиовизуальные, тактильные, электронные и другие издания на русском и других языках. При формировании своих фондов такие библиотеки руководствуются общими для всех библиотек принципами. Однако, как отмечает А. Е. Шапошников, имеются и особенности, обусловленные спецификой отбора, издания и распространения литературы для слепых, нуждами и потребностями незрячих читателей [9, с. 91]. Производя отбор необходимых библиотеке изданий, библиотечные сотрудники руководствуются признаком их социальной

значимости, научной и практической ценности, соответствия задачам социальной реабилитации людей с проблемами зрения.

Выше, нами было отмечено, что фонды специальных библиотек для незрячих и слабовидящих читателей обладают большим информационным потенциалом. Но важнейшим вариантом по праву признается книга рельефно-точечного шрифта, которую ЮНЕСКО провозгласила основным форматом изданий для слепых. «Брайль» – это универсальная, самая простая и самая удобная и потому до сих пор непревзойденная рельефно-точечная система письма для слепых. Это – книги, ноты, математические и иные обозначения, предоставляющие незрячим читателям возможность овладевать всеми ценностями духовной культуры человечества.

С середины XX в. возможности незрячих людей в сфере получения, фиксации и хранения информации еще более расширились благодаря появлению аудиозаписи. В нашей стране начал осуществляться выпуск «говорящих» (озвученных) книг для незрячих людей. «Говорящая» книга – это фонограмма, воспроизводящая плоскочечатное издание, которое может быть дополнено музыкальными иллюстрациями. Содержание фонограммы эквивалентно тому или иному печатному изданию. «Говорящие» книги могут быть начитаны на различные носители информации: аудиоленту, оптический диск, флеш-карту и т. п. В Мордовской республиканской библиотеке для слепых, например, хранятся рукописи, издания, публикации, сборники записей на магнитной пленке незрячих поэтов – В. И. Устинова, А. А. Богомолова, В. Д. Анашкина, А. А. Моисеенко; методические пособия «Победившие судьбу», «Творческий вечер Р. Беловой»; произведения М. А. Бебана «Птицы весенние», С. Ларионова «Хрустальные колокола», «С ярким словом и песней: беседа о сказительнице С. М. Люлякиной», «Сказки финно-угорских народов»; песни на дисках «Мы – мордва!», «Вельмек, Монь седеем!» и др., которые пользуются постоянным спросом у читателей [2, С. 97].

В последнее время в специальных библиотеках появились и другие виды изданий для незрячих и слабовидящих читателей. Один из них – тактильная (осязательная) книга. Ее цель – помочь человеку с дефектами зрения в исследовании и восприятии окружающего мира. Именно с ее помощью он получает представление о крупных или очень мелких предметах, которые невозможно обследовать руками в реальных пропорциях.

В целях более комфортной и удобной работы читателей некоторые специальные библиотеки для слепых организуют новые или реорганизуют имеющиеся структурные подразделения в электронные читальные залы, получившие название «электронный пандус» [3]. Согласно стандарту, типовое компьютерное специальное рабочее место для инвалидов

по зрению в электронном читальном зале библиотеки включает в себя: стандартное оборудование (моноблок, основное программное обеспечение к нему, рабочий стол, рабочий стул); компьютерные тифлотехнические средства универсального назначения; дополнительные периферийные устройства (сканирующая и читающая машина, устройство печатающее шрифтом Брайля, стандартный принтер, брайлевская пишущая машинка).

Большое внимание в работе специальных библиотек для слепых уделяется детям, которые являются самыми активными пользователями. Во многих библиотеках функционируют специальные кафедры детской литературы. Вместе с тем в последние годы в структурах библиотек появляется новый профессиональный ресурс в поддержку формирования информационной культуры и развития читательской деятельности детей – сенсорная комната. Понятие «сенсорная комната» было введено М. Монтессори [6, с. 11]. В ее педагогической системе, основанной на интерактивном сенсорном воспитании, среда, в которой организуется работа с детьми, рассматривается как специально оборудованное помещение (комната). Особенность методики занятий в этой комнате основана на том, что дети, имеющие лишь цветоощущение, т. е. практически слепые дети, не теряют способности видеть яркий белый цвет в свечении ультрафиолета. Это заставляет их глаза «видеть», и это очень важно для их дальнейшего развития и реабилитации.

Сенсорная комната – новый шаг в деятельности библиотеки по пути к формированию системы интегрированных социокультурных коммуникаций и становлению современной модели детского чтения и взаимодействия с юными читателями. Во многих библиотеках России, опыт которых заслуживает пристального изучения, уже функционируют сенсорные комнаты (Екатеринбург, Братск, Москва, Тюмень и др.). Охарактеризуем работу сенсорной комнаты на примере Свердловской областной специальной библиотеки для слепых. В этой библиотеке сенсорная комната используется как дополнительный инструмент библиотерапии с 2013 г. В зависимости от проблематики и возраста ребенка здесь используются разные приемы и методы работы. Именно в сенсорной комнате созданы условия для формирования у детей восприятия звука, ритма, цвета, согласования движений собственного тела, развития памяти, речи, фантазии. Сотрудниками библиотеки было издано методическое пособие, в котором обобщен опыт работы и содержатся рекомендации по использованию оборудования сенсорной комнаты, даны описания ряда упражнений и занятий, направленных на стимулирование сенсорного развития юных читателей [6].

С развитием Интернета многие специальные библиотеки для слепых получили новую категорию читателей – виртуальных. Развивая дистанционный доступ к источникам информации, библиотеки создают виртуальные пространства, в рамках которых успешно

функционируют все библиотечные технологии. А это означает, что каждая библиотека становится проводником новой культуры – культуры виртуального чтения, виртуального общения и познания. Удаленные пользователи специальных библиотек для слепых располагают большими возможностями для получения информации, не покидая дома. Web-сайты таких библиотек предлагают большой ассортимент полезных ресурсов и услуг: возможность выбора и заказа необходимых книг (электронный каталог), выбор и получение необходимых документов через электронные базы данных (электронная доставка документов), участие в культурно-досуговой деятельности библиотеки (озвученные обзоры книжных выставок, тифлоэкскурсии, прямая трансляция мероприятий), получение необходимых сведений об организациях, занимающихся проблемами инвалидов и инвалидности («полезные ссылки») и т. д. Web-сайты, как правило, разработаны в соответствии с ГОСТ Р 52872–2007 «Интернет-ресурсы. Требования к доступности для инвалидов по зрению». Большая часть информации web-сайтов таких библиотек представлена в виде текста, графических файлов (фотографий), которые сопровождаются текстом, поясняющим изображение. Для полноценного доступа слабовидящих людей к информационному массиву на сайтах добавлены функции выбора размера шрифта и цвета фона [1, 7, 8].

Таким образом, процесс социокультурной реабилитации лиц с ограниченными возможностями принадлежит к числу наиболее важных аспектов деятельности современного гражданского общества. Этот процесс может носить только комплексный характер и осуществляться всей совокупностью социальных институтов и специализированных учреждений, имеющих отношение к организации социальной деятельности в современных условиях. Только создание необходимых условий, способствующих формированию независимой жизни инвалидов, их полноценное функционирование в обществе будут способствовать развитию эффективной социальной реабилитации лиц с различными видами ограничений по здоровью.

Для дальнейшего развития деятельности специальных библиотек для слепых необходимо:

- совершенствование дизайна специальной библиотеки для слепых (комфортная доступная библиотечная среда);
- сохранение и приумножение уникального фонда специальных библиотек для слепых;
- активное внедрение в деятельность специальных библиотек для слепых сетевого библиотечного навигатора;

– реорганизация структурных подразделений библиотек в многофункциональные комплексы, способные значительно оптимизировать и совершенствовать деятельность специальных библиотек для слепых и др.

Все это позволит специальным библиотекам для слепых повысить качественный уровень социокультурной реабилитации инвалидов по зрению, обеспечить доступ к информации и таким образом подтвердить статус инвалида как полноправного члена общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Башкирская специальная библиотека для слепых [Электронный ресурс]: [сайт]. – [Б. м.], 2007–2013. – Режим доступа: <http://brsbs.ru> (дата обращения: 25.05.2014).
2. Булычева А. А. Анализ состояния и тенденций развития Мордовской республиканской библиотеки для слепых // Социальные проекты новой эпохи: инновации через интеграцию: материалы Междунар. междисциплинар. науч.-практ. конф., 24-25 сент. 2013 г. – Екатеринбург, 2013. – С. 95-101.
3. Государственное казённое учреждение культуры Свердловской области «Свердловская областная специальная библиотека для слепых» : буклет. – Екатеринбург, 2013. – 10 с.
4. Модельный стандарт деятельности специальной библиотеки для слепых субъекта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – СПб., 2010. – Режим доступа: http://www.rba.ru/content/about/doc/mod_spec.pdf (дата обращения: 25.05.2014).
5. Сватковская Т. Мир на кончиках пальцев // Библиотека. – 2011. – № 1. – С. 43–45.
6. Сенсорная комната в структуре библиотеки: метод. рекомендации. – Екатеринбург, 2013. – 40 с.
7. Тульская областная специальная библиотека для слепых [Электронный ресурс] : [сайт]. – Тула, 2009–2014. – Режим доступа: <http://www.tosbs.ru> (дата обращения: 25.05.2014).
8. Тюменская областная библиотека для слепых [Электронный ресурс] : [сайт]. – [Тюмень, 200-]. – Режим доступа: <http://tosb72.ru> (дата обращения: 25.05.2014).
9. Шапошников А. Е. Библиотечное обслуживание инвалидов: история, современность, тенденции: монография. – М., 1992. – 210 с.

ДЕНИСОВА В. В.

РОЛЬ POS-МАТЕРИАЛОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДАЖ

Аннотация. Автор исследует функции POS-материалов, их преимущества и недостатки, особенности применения на рынке рекламных материалов. Особое внимание уделено проблемам применения POS-материалов на региональном рынке. В частности, рассмотрены удачные и неудачные примеры их использования, даны рекомендации для более эффективного их применения.

Ключевые слова: реклама, продажи, место продажи, POS-материалы.

DENISOVA V. V.

POS-MATERIALS FOR SALES PROMOTION

Abstract. The author considers the functions of POS-materials, their advantages and disadvantages, the specifics of their use as a type of promotional materials. The author focuses on the issues of POS-materials using on the regional market. Particularly, the study analyzes some effective and noneffective examples of their using. It also includes a number of recommendations on their effectiveness increase.

Keywords: advertising, sales, point of sale, POS-materials.

Актуальность рекламно-информационных материалов в местах продаж (POS-материалов) связана с тем, что покупателю трудно разобраться в богатом ассортименте товаров. Изобилие товаров заставляет покупателя обращать внимание на дополнительную информацию о магазине, бренде, новом товаре, которая поможет ему принять решение о покупке.

POS-материалы – это рекламные изделия, располагаемые в местах продаж, которые преподносят покупателю определенный товар, информацию о нем, выделяют и подчеркивают его достоинства перед товарами-аналогами и заменителями. POS-материалы важны при создании первого впечатления о продвигаемом продукте, марке или компании. Поэтому при разработке POS-материалов учитываются следующие факторы: психологическое и эмоциональное восприятие; место расположения материалов.

Очень часто магазины с крупной торговой площадью выглядят безликими, оформленными по шаблону. В этой связи необходимо использовать рекламные или информационные материалы, которые на местах продаж делают массовое представление товара более разнообразным, а интерьер – интересным и впечатляющим. Желательно использовать адаптированный к конкретной торговой точке рекламный материал,

предложенный поставщиками или заказанный руководством точки продаж с целью информирования и управления движением покупателя.

Реклама на месте продажи – мощный инструмент воздействия на потребителя, который увеличивает сбыт и продаваемость товара. Ей присущи три основные функции:

- 1) напоминание (напоминание покупателю о проводимых ранее рекламных мероприятиях как конечный этап рекламной кампании);
- 2) акцентирование (расстановка определенных акцентов в торговом зале, выделение товара из его конкурентного окружения);
- 3) уведомление (информирование покупателя о новых товарах и дополнительных услугах) [1, с. 129].

POS-материалы применяются не только в сфере торговли, но и в сфере обслуживания, образовательной сфере, офисах. С их помощью оформляются информационные стенды и размещается рекламная продукция. Офисные таблички и даже номерки в гардеробе также являются POS-материалами.

Преимущество использования POS-материалов состоит в том, что они находятся непосредственно на месте продаж, и воздействие на целевую аудиторию происходит быстро и эффективно, а время между получением информации и покупкой товара минимально. Действие POS-материалов происходит не столь навязчиво и не раздражает покупателя. Последние относятся к ним с большим доверием и воспринимают скорее как информирование о продукте, а не как рекламу.

Для того чтобы реклама в магазине была эффективной и притягивала внимание потребителей, она должна быть:

- правдивой и точной;
- конкретной;
- информативной;
- легкой для восприятия;
- ориентированной на ценности потребителя.

Рекламу на месте продаж следует размещать не более чем для 15-20% товаров [2, с. 314].

Как было сказано выше, использование POS-материалов является актуальным и необходимым в современной розничной торговле, так как позволяет повысить продажи определенного товара в конкретной торговой точке.

Популярность POS-материалов с каждым годом растет. Сегодня в России компании-производители выделяют на коммуникации с потребителем на местах продаж в среднем от 10 до 30 % от рекламного бюджета, тогда как в 2000 году этот показатель был равен 1-3 %

[3]. В городе Саранске также проявляется данная общероссийская тенденция к более серьезному и внимательному отношению к использованию POS-материалов: розничные торговцы положительно относятся к размещению рекламных материалов в торговых залах, реклама в точках продаж становится более интересной и продуманной. Однако такая тенденция прослеживается лишь в крупных магазинах и торговых сетях, где размещением POS-материалов занимаются мерчендайзеры. Они следят за тем, чтобы все рекламные материалы были не только правильно развешаны, наклеены и поставлены, но и выглядели аккуратно и чисто.

Эффективное размещение POS-материалов часто встречается в салонах сотовой связи. Вполне действенным средством воздействия на потребителя, и к тому же не занимающим много места, является стойка для распространения листовок и буклетов. В салонах сотовой связи такие конструкции обычно располагаются при выходе и посетители магазина часто сами выбирают себе необходимые промо-материалы. В прикассовой зоне всегда стоят таблички с оповещением об актуальных акциях или скидках. В таких салонах имеются и видеоз экраны, и мобайлы, которые также применяют и в крупных магазинах бытовой техники города Саранска. Они помогают покупателю не запутаться в огромном ассортименте и добраться до необходимого ему товара. Аптеки Саранска также в достаточной степени оснащены и обеспечены POS-материалами: органично использованы шелфтокеры, вобблеры привлекают внимание, указывая на то или иное лекарственное средство. В аптечных учреждениях часто выставляют около касс товар в блистерной упаковке и большие муляжи лекарственных препаратов.

На данный момент сложно встретить магазин, где в кассовой зоне не было бы монетницы или коробочки для чеков, напоминающих о какой-либо товарной марке. Также рядом с кассой обычно располагают видеоз экраны, так как это позволяет показать рекламный продукт и продемонстрировать его преимущества покупателю, стоящему в очереди.

В небольших торговых точках существует ряд проблем, связанных с неправильным, неразумным расположением POS-материалов. Это ведет к их неэффективности, и, как следствие, не способствует продвижению и стимулированию продаж. К сожалению, на улицах города можно встретить неисправный штендер, стоящий около магазина, который не только выглядит неопрятно и отталкивает взгляд, но и может физически поранить человека. Были зафиксированы случаи, когда POS-материал не соответствует ситуации. Например, Новый год давно уже позади, а в торговом зале все еще присутствует стеллаж с надписью «К новогоднему столу!», как было в одном из магазинов города Саранска. Это выглядит нелепо и неправильно с точки зрения как мерчендайзинга, так и логики, так как основополагающим принципом оформления должно стать постоянное обновление материалов. Среди

повторяющихся ошибок, мы хотим выделить такую: часто на стеллажах, рядом с шелфтокером или другим рекламным материалом одной компании-производителя размещают продукцию фирмы-конкурента. Это совсем не лучший вариант, так как цель рекламы на месте продажи – выставить товар в выгодном свете, и преподнести и объяснить именно его преимущества, а не переводить внимание потребителя на товар-конкурент.

Напольные наклейки – достаточно эффективная форма рекламы, которая крайне редко используется в наших магазинах. Зачастую пол в супермаркетах свободен и его стоит использовать, чтобы задать покупателю направление до нужной ему полки. Напольная реклама в торговых точках города Саранск существует в малом количестве и не отличается большой оригинальностью и опрятностью. Мы считаем, что можно использовать для пола более необычные рекламные средства. Например, перфорированная светоотражающая пленка позволяет использовать одно и то же пространство для двух различных изображений. На полу видны различные изображения из неона и электричества. Но часто бывает, что сильно истершуюся и потрепанную рекламную наклейку на полу никто не заменяет. Это, как мы считаем, приводит к ухудшению имиджа торговой марки, что влечет за собой не предполагаемое данным POS-материалом желание зайти в магазин, а наоборот – только лишь негативные ассоциации. Хотя в некоторых торговых точках наклейки довольно удачно расположены на лестницах и на полу, что вполне эффективно выполняют свои функции.

Среди недостатков, выявленных нами, имеется и практически полное отсутствие POS-терминалов в торговых залах, если не брать в расчет магазины «Ботевград», «Spar» и гипермаркет «Магнит», и также терминалы пополнения баланса мобильных телефонов. Такими POS-терминалами могут служить сенсорные системы, столь популярные в индустрии мобильных телефонов и планшетных компьютеров. POS-терминалы могут быть очень полезны для обслуживания покупателей. К примеру, сенсорный киоск, используемый покупателем в качестве путевода по торговому залу магазина. Это электронное устройство предоставляет покупателю следующую информацию:

- о содержании штрих-кода на упаковке товара;
- об ассортименте предлагаемых к продаже товаров;
- о появившихся новинках товаров;
- о структуре сервиса магазина.

Кроме того, покупатель, прислонив, например, бутылку вина к сканеру на сенсорном киоске, может просмотреть мультимедиа-презентацию, посвященную выбранному вину. Презентация включает в себя фотографии, текстовую информацию и голосовые сообщения. Покупатель получает также подробную информацию о местности, в которой производится вино, об истории создания вина, о винодельне. Эти киоски могут служить и в качестве

«контролера», который сообщит покупателю о стоимости товара, его поставщике и о подлинности (натуральности) изделия.

На наш взгляд, этого не хватает в торговых точках города Саранска. Не устанавливая POS-терминалы, предприниматель упускает возможность пополнения числа своих постоянных покупателей. Такого рода сенсорные системы сделают пребывание покупателей в магазине более комфортным и приятным, и они будут приходить в него чаще. Изготовлением POS-материалов в городе Саранске занимаются многие рекламные фирмы, например, рекламное агентство «Да!» производит полное укомплектование точек продаж POS-материалами, также их можно заказать и в других ближайших городах.

Таким образом, ситуация с точки зрения мерчандайзинга, а в частности использования POS-материалов, в городе Саранск, не является критически отрицательной как 5-10 лет назад, но все еще есть к чему стремиться, над чем работать и существует необходимость использования нетипичных и креативных решений.

POS-материалы – необходимое последнее звено грамотно разработанной рекламной кампании. Следует тщательно и внимательно относиться к использованию рекламных материалов в точке продаж, необходимо знать, куда и в какое время размещать определенный POS-материал, важно сделать правильный выбор среди обилия всевозможных вариаций POS-материалов. Так как от этого зависит и чувство комфорта покупателя в магазине, а, следовательно, и то, как часто он будет приходить за покупками именно в этот магазин, а не в магазин конкурента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Парамонова Т. Н., Рамазанов И. А. Мерчандайзинг. – М. : КНОРУС, 2009. – 144 с.
2. Снегирева В. В. Книга мерчандайзера. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с.
3. Типография «Печатный стандарт» [Электронный ресурс] : [сайт]. – [Б. м.], 2006–2008. – Режим доступа: <http://www.printstandard.ru/index.php?m1=2&m3=3> (дата обращения: 20.05.2014).

НИКОЛАЕВА Н. Н.
СИСТЕМА ДОКУМЕНТОСНАБЖЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНЫХ ФОНДОВ
(НА ПРИМЕРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ
ИМ. А. С. ПУШКИНА РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)

Аннотация. В статье рассмотрены модели документоснабжения единого распределенного библиотечного фонда, механизм активного согласованного взаимодействия всех документально-коммуникационных институтов общества на электронном и печатном уровнях.

Ключевые слова: библиотека, библиотечный фонд, документоснабжение, комплектование, пополнение, покупка, дар, подписка, документообмен, обязательный экземпляр документов, поставщик, издатель, библиотечный коллектор, книжный магазин.

NIKOLAEVA N. N.
THE SYSTEM OF LIBRARY STOCK SUPPLEMENTATION:
A STUDY OF NATIONAL PUSHKIN LIBRARY OF MORODIVA REPUBLIC

Abstract. The article considers the model of library fund integrated supplementation. The author studies the mechanism of interaction between all document and communication institutions of society on the electronic and printed levels.

Keywords: library, library stock, document, acquisition, supplementation, shopping, gift, subscription, document exchange, obligatory copy, supplier, publisher, distributing centre for libraries, bookshop.

Основной функцией Национальной библиотеки им. А. С. Пушкина Республики Мордовия (далее – НБ им. А. С. Пушкина) является формирование фонда отечественных документов, в том числе архива местной печати, осуществляемое на основе принципа исчерпывающей полноты комплектования и вечного хранения.

Библиотека является центральным хранилищем произведений печати, депозитарием краеведческой литературы, республиканским центром отраслевой информации по культуре и искусству, краеведению, научно-методическим и координационным центром библиотек республики, региональным центром по работе с книжными памятниками [1, с. 9].

Как отмечает заведующая отделом комплектования НБ им. А. С. Пушкина Г. П. Бойнова, «возникновение библиотеки связано с функцией сбора и хранения информации. Процесс накопления информации осуществляется непрерывно. От

непрерывности и стабильности этих процессов в значительной степени зависит достижение конечной цели библиотечной деятельности – максимальное удовлетворение читательских запросов, предоставление каждому свободного доступа к информационным ресурсам» [2, с. 25].

НБ им. А. С. Пушкина, являясь самым крупным хранилищем на территории Мордовии, на протяжении своей истории выполняла задачи накопления и сохранения книжных фондов, а в последнее время и фондов на нетрадиционных носителях информации. Основными способами пополнения фондов НБ им. А. С. Пушкина на сегодняшний день являются закупка документов, документообмен (российский и международный), дары, участие в проектах.

С разрушением системы централизованного комплектования библиотек через библиотечные коллекторы практически прекратилось поступление литературы в библиотеки республики. В условиях распада системы книгоснабжения библиотек, сети библиотечных коллекторов, системы предварительных заказов по тематическим планам издательств, отделу комплектования, как отмечает Г. П. Бойнова, «пришлось самостоятельно определять наиболее приемлемые источники пополнения фонда, налаживать контакты с издающими и книготорговыми организациями различного профиля, искать нетрадиционные источники комплектования» [2, с. 28].

До 1990 г. НБ им. А. С. Пушкина регулярно получала платный обязательный экземпляр. Переход в 1994 г. на новую форму оплаты (предоплата) привел к нерегулярному поступлению обязательного экземпляра. А в течение 1998 г. библиотека его не получала.

Бесплатный обязательный экземпляр всех видов документов, выпускаемых в республике, составляет основу фонда Книжной палаты, функции которой библиотека выполняет с 1958 г. Второй обязательный экземпляр, который библиотека получает с 1992 г., поступает в отдел национальной и краеведческой литературы. Зная сложности библиотеки с приобретением новых изданий, многие авторы присылают и приносят в дар свои книги.

Кроме того, в последние годы фонд пополняется и за счет передачи новых книг различными благотворительными, научными фондами, общественными объединениями, творческими союзами, партиями, движениями. Библиотека администрации Президента РФ, Министерство культуры России, Посольства Франции, Германии, Израиля, Российский гуманитарный научный фонд, Издательства «Норма», «Инфра-М», «Наука» – вот далеко не полный перечень организаций, передавших свои издания в фонд библиотеки бесплатно. Свыше четырех тысяч книг, поступивших в фонд НБ им. А. С. Пушкина, – дарственные. Эти

книги читатели будут узнавать по штампу на титульном листе «Передано в дар...» с указанием фамилии, имени и отчества прежнего владельца.

В 1998 г. НБ им. А. С. Пушкина приняла участие в осуществлении мегапроекта «Пушкинская библиотека. Книги для российских библиотек», организованного Институтом «Открытое общество» – Россия (Фонд Сороса). Получено 252 экз. книг (пилотный этап). Продолжая сотрудничество, библиотека сделала заказ по «Каталогу изданий» (Вып.1) на 700 книг. Это издания справочной и энциклопедической литературы, книги по экономике и праву, которые представляют несомненный интерес для читателей. Стоимость этих книг для библиотек составляет 25 % от отпускной цены издательства [2, с. 29].

С 2001 г. по распоряжению Правительства Республики Мордовия вся социально значимая литература, все издания, оплаченные из бюджета республики, поступают в библиотеки. Как отмечает директор НБ им. А. С. Пушкина Л. Г. Меркушкина, «большую помощь в пополнении фонда краеведческой литературы оказывают правительственные организации Республики Мордовия. Они передают дублетные материалы, необходимые для комплектования Книжной палаты и отдела национальной и краеведческой литературы. В первую очередь, это статистические сборники, материалы ведомственных научных конференций» [3, с. 16].

Рассмотрим один из способов пополнения – международный книгообмен – более подробно, т. к. пополнение книжного фонда НБ им. А. С. Пушкина зарубежными изданиями – дело хлопотное и затратное. Иностраннх изданий научной тематики в книготорговой сети республики практически нет. Заказать их по каталогам зарубежных издательств нереально в силу высоких цен на эту литературу, да и разыскать информацию о них в условиях работы провинциальной библиотеки тоже достаточно сложно. Тем не менее, спрос на эти издания, как показывает практика работы с читателями в НБ им. А. С. Пушкина, из года в год возрастает. Между Республикой Мордовия и зарубежными странами идет интенсивный обмен научной и производственной информацией, активно развиваются экономические, научные, культурные связи, повышается интерес молодежи к изучению иностранных языков.

Поэтому одним из возможных в настоящее время способов пополнения библиотечного фонда зарубежными изданиями стало внебюджетное комплектование, в частности, международный документообмен. С этой целью в НБ им. А. С. Пушкина в 1993 г. был создан сектор международного документообмена, что позволило пересмотреть организацию этого направления работы [5, с. 34–35].

Как верно отмечала Н. И. Долгачева (в недавнем прошлом заведующая отделом литературы на иностранных языках), международный книгообмен «позволяет оперативно

получать иностранные издания и дает возможность приобрести ранее вышедшие издания, а также не поступившие в продажу или уже исчезнувшие с книжного рынка» [2, с. 71].

У НБ им. А. С. Пушкина РМ установились двусторонние взаимовыгодные связи с библиотеками Финляндии, Эстонии и Японии для получения труднодоступной информации, решения общих проблем, создания новых источников для взаимного использования. НБ получила от зарубежных партнеров на основе равноценного безвалютного обмена разнообразную литературу: монографии, периодику, библиографический, справочный и иллюстративный материал, карты и газеты.

Среди библиотек дальнего зарубежья лидерами по книгообмену являются библиотеки США, в первую очередь Библиотека Конгресса США – Национальная библиотека США, с которой сотрудничает НБ. Эта библиотека формирует универсальные фонды по общественным и гуманитарным наукам. Более избирательно – по точным наукам. Особый интерес представляет получение материалов, опубликованных местными издательствами, которые невозможно получить через центральные источники комплектования. Большой интерес для Библиотеки Конгресса представляют материалы по истории автономных республик РФ, этнографии и археологии, в особенности информационные издания, библиографические материалы.

По этому поводу О. П. Почанкина, специалист Сектора межбиблиотечного абонементов, международного книгообмена и обменно-резервного фонда, в своей статье отмечала: «Мы ведем с ними работу с 1994 г. на основе долгосрочного договора, заключенного через посредничество Бюро Библиотеки Конгресса в Москве. Это гораздо упрощает наше общение, снижает расходы на пересылку (кстати, пересылка по договору осуществляется за счет библиотеки-отправителя), дает возможность быстро обменяться информационными бюллетенями и произвести заказ на нужную литературу. За годы сотрудничества с Библиотекой Конгресса мы получили 120 книг. Отправили 90» [5, с. 35].

В 2002 г. в НБ им. А. С. Пушкина обратились сотрудники Библиотеки Вашингтонского университета г. Сиэтла. Они предложили НБ принять участие в разработке информационного проекта (CEIR – Central Eurasian Information Resource) (Центр Евроазиатской информации). Этот проект ставит своей задачей сбор информации по различным аспектам жизни регионов РФ (культуре, политике, экономике, бизнесу, истории) для создания картины жизни регионов РФ. Цель проекта – предоставление американским ученым, преподавателям, студентам возможности знакомиться с современной жизнью российских регионов. Собранная информация будет размещаться в виде электронного архива в Интернете и постоянно обновляться по мере выявления и поступления новых

визуальных библиографических и текстовых материалов. На Web-сайте НБ ежемесячно выпускается информационный бюллетень новых книг, вышедших в Мордовском книжном издательстве, который готовят библиографы отдела «Книжная палата».

За несколько лет активного и очень полезного сотрудничества с Японской Парламентской библиотекой и, прежде всего, с отделом международного сотрудничества, НБ им. А. С. Пушкина получила из Токио 12 книг на английском и японском языках. В этой библиотеке, основанной в 1948 г., находятся книги, документы законодательной власти и коллекции бывшей императорской библиотеки [2, с. 71–72]. Самым ценным для НБ им. А. С. Пушкина является приобретение последнего тома из 8-томного репринтного издания собрания сочинений М. М. Бахтина «Проблемы содержания материала и формы в словесном художественном творчестве». НБ им. А. С. Пушкина, в свою очередь, переслала им «Летописи печати РМ».

В целом благоприятно складываются отношения с Национальной библиотекой Китая. Гордостью библиотеки называют бесценную коллекцию литературы китайских императоров. Она входит в Международную федерацию библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА). Из этой библиотеки, в соответствии с заключенным с ней соглашением, НБ им. А. С. Пушкина получено несколько превосходных альбомов по искусству на китайском языке.

В фонд отдела литературы на иностранных языках в разные годы по международному документообмену из Национальной библиотеки Греции поступили 4 тома греческой национальной библиографии.

Существенный вклад в пополнение фонда НБ им. А. С. Пушкина по книгообмену внесли Национальная библиотека Финляндии и Национальная библиотека им. Ф. Сечени Венгрии. В последние годы усилился интерес к литературе о культуре финно-угорских народов, т. к. венгерский, финский и мордовские народы – родственные и культура одного тесно переплетается с творчеством другого. Из Национальных библиотек этих стран, начиная с 1994 г., получено значительное количество книг.

Особенно активно включилась в работу с НБ им. А. С. Пушкина Национальная библиотека Финляндии и Общество М. А. Кастрена. Их интересует новая литература о Мордовии, художественные произведения мордовских писателей и поэтов, а также информационные издания. К настоящему времени НБ им. А. С. Пушкина получено более 200 книг из библиотек Финляндии: энциклопедии, различные словари, справочник, учебные пособия, атласы, географические карты, иллюстрированные книги по искусству, народному творчеству, этнографии, художественная и детская литература. «Нас интересует “Зарубежная

Мордовия”», – отмечала Н. И. Долгачева, – «и в книгах, присланных из Финляндии, мы находим много материала о мордовской культуре, фольклоре и народном костюме, о научных исследованиях языков мокша и эрзя. Среди них особо выделяются книги, изданные в Финляндии в конце прошлого века. Это “Пробы мордовской народной литературы” и “Путевые заметки из мордовской деревни” Х. Паасонена, “Отчет Общества мордовских стипендиатов о поездке по сбору материала”» [2, с. 72–73].

С 1997 г. НБ им. А. С. Пушкина регулярно получает книги из Отдела по культуре Французского посольства в Москве. Эта благотворительная акция проводится в целях пропаганды французской культуры посредством литературы. За 3 года было получено 72 книги.

Что касается внутригосударственного документообмена, то НБ им. А. С. Пушкина ведет его с РНБ, РГБ, ГПИБ, ВГБИЛ, с НБ республик: Татарстан, Коми, Марий Эл, Башкортостан, Удмуртия, Чувашия, Карелия, Государственной библиотекой Югры (Ханты-Мансийск), научными библиотеками педагогических институтов Пензы и Арзамаса, областными библиотеками Брянска, Волгограда, Нижнего Новгорода, Оренбурга, Пензы. Перми, Самары, Твери, Ульяновска, Красноярской краевой библиотекой и др. [1, с. 14].

В последнее время происходит снижение количества партнеров по документообмену и поступлений литературы. Здесь, помимо финансовых – рост цен на книги, почтовые расходы – есть и другие причины. Прежде всего, это изменения в политике комплектования зарубежной литературой. Появились и новые направления в международном документообмене. Теперь, как отмечает Я. Л. Шрайберг, «библиотеки России не ставят главной целью увеличение количества получаемых изданий и партнеров. Теперь главной задачей является комплектование только наиболее значимых для библиотеки публикаций» [6, с. 51].

Помимо вышеназванных причин, необходимо остановиться на факторе появления электронных форм изданий и электронного доступа к информации, в т. ч. через Интернет. Теперь в фондах крупных библиотек имеются не только печатные, но и электронные издания. И хотя традиционно документообмен ведется посредством печатных изданий, зарубежные партнеры предпочитают издания в электронных формах. И этот процесс будет неизбежно развиваться как за рубежом, так и в России.

Итак, на снижение уровня развития международного документообмена влияют три фактора: финансирование библиотек; повышение цен на печатную продукцию и почтовые расходы; появление электронных изданий и электронного доступа к ним. По-разному развиваются и складываются отношения НБ им. А. С. Пушкина с зарубежными

библиотеками и библиотеками РФ в области международного и внутригосударственного документообмена, но все они объединены общей целью: улучшать обмен информацией, укреплять международные связи во всех областях библиотечной деятельности.

Дальнейшее развитие системы формирования и организации библиотечного фонда в НБ им. А. С. Пушкина видится в следующих основных направлениях: внедрение современного механизма комплектования в соответствии с потребностями и запросами пользователей; обеспечение достаточной полноты и расширение видового состава за счет новых носителей информации; рациональная организация фондов с целью оперативной доставки документов читателям с использованием новых технологий, мероприятия по безопасности и сохранности фонда.

Таким образом, НБ им. А. С. Пушкина, пополняя, сохраняя и передавая через накопленные национальные документы опыт, знания, историю народа, была и остается учреждением, играющим огромную роль не только в сохранении духовной культуры народов республики, но и в их единении, где бы они ни проживали, а значит, и в единении всех финно-угорских народов мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная библиотека им. А. С. Пушкина Республики Мордовия. 1899–2009. – Саранск, 2009. – 20 с.
2. Путь длиною в 100 лет : сб. ст. / Нац. б-ка им. А. С. Пушкина ; отв. ред. Т. Т. Чекушова. – Саранск, 1999. – 216 с.
3. Меркушкина Л. Г. Ведущая роль Национальной библиотеки Республики Мордовия в формировании библиотечных ресурсов // Сохранение историко-культурного наследия народов Поволжья как приоритетное направление деятельности библиотек : материалы межрегион. семинара (Пенза, 30 июня 2006 г.) – Пенза, 2006. – С. 15–18.
4. Соляник А. А. Документоснабжение библиотечных фондов : учеб.-метод. пособие. – М. : Либерия-Бибинформ, 2007. – 128 с.
5. Почанкина О. П. Международный книгообмен как форма комплектования фондов НБ им. А. С. Пушкина // Библиотечное краеведение Мордовии : сб. ст. – Саранск, 2003. – Вып. 13. – С. 33–38.
6. Шрайберг Я. Л. Международный информационный обмен и библиотечное сотрудничество: утопии и реалии. Критический анализ состояния дел на магистрали «Восток – Запад» // Науч. и техн. б-ки. – 1999. – № 1. – С. 46–55.