

Библиотечное

www.bibliograf.ru

ДБЛО

№ 04 (238) '15

Геокультурный
брендинг



СЛАВА МАТЛИНА
ЭТО МОДНОЕ СЛОВО БРЕНДИНГ
ИНСТРУМЕНТ ОБНОВЛЕНИЯ ГОРОДА 2

ДМИТРИЙ ЗАМЯТИН
ГЕОКУЛЬТУРНЫЙ БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ
МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА 5

ЛЮДМИЛА СКРЫННИКОВА
ТВОРЧЕСКОЕ ИМЯ
И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ
В РЕГИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ 11

ВАЛЕНТИНА АБРАМОВСКИХ, ЛЕСЯ СОКОЛЬСКАЯ
ИМЕННЫЕ БИБЛИОТЕКИ
ПРИЗВАНЫ СТАТЬ ЛУЧШИМИ 17

ГАЛИНА АНДРИЯНОВА
ОРЛОВСКАЯ СТРОКА В БИОГРАФИИ ГАЙДАРА
КОНКУРСЫ, ЛИТКРОССИНГ И КВЕСТ-ИГРА 22

АЛЕКСАНДРА ТАРАЩЕНКО
«ДОСКА ПОЧЁТА» ГОРОДА ТОМСКА
ОТ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ ДО КВН 26

ЕЛЕНА СУРИНА
ВИРТУАЛЬНОЕ КРАЕВЕДЧЕСКОЕ
БЮРО ПУТЕШЕСТВИЙ
ПРЯГАТЕЛЬНЫЕ МАГНИТЫ 28

МАРИЯ ДАЛЕЦКАЯ
СЕТЕВАЯ БИБЛИОТЕЧНАЯ ПРОГРАММА
«ПРОЧТИ МОСКВУ»
МАСТЕР-КЛАСС В ЦГДБ ИМ. А. П. ГАЙДАРА 30

МАРИНА КРАВЧЕНКО
ИМЕНЕМ ГОРЬКОГО НАЗВАНА
МЕМОРИАЛЬНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ
КАК ОТРАЖЕНИЕ ИСТОРИИ БИБЛИОТЕКИ 31

«БИБЛИОТЕКИ, МУЗЕИ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И СОТРУДНИЧЕСТВА»
МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ 35

ДЕЛО ВСЕЙ ЖИЗНИ
ПАМЯТИ ВЫДАЮЩЕГОСЯ ФОНДОВЕДА –
ДАРИАННА ВАСИЛЬЕВИЧА ЕВСЕЕВА 37



Библиотечное ДЪЛО

04 (238) *2015

Издатель: Член РБА
ООО «Агентство Информ-Планета»
Главный редактор
Татьяна Филиппова
Директор
Мария Ковалёва
Выпускающий редактор
Мария Фармаковская
Литературный редактор
Яна Михневич
Дизайн и вёрстка
Андрей Филиппов

Представительство в Москве
Ответственный редактор
Слава Матлина

Подписка:
по КATALOGУ Распечати
индекс **81774**,
по КATALOGУ Почта России
индекс **63482**

Для писем: 191119, СПб., а/я 133

Тел./факс: (812) 764-3380, 764-1580.

Тел.: 764-7526, 764-6513.

(499) 163-4942.

E-mail: bibliograf@inbox.ru
matlina@mail.ru

www.bibliograf.ru

[Facebook.com/Библиотечные технологии](https://www.facebook.com/Библиотечные_технологии)

Издание зарегистрировано
Министерством РФ по делам печати,
телерадиовещанию и средствам массовой
коммуникации ПИ №77-13082 от 15. 07. 2002
Учредитель: Татьяна Филиппова

ISSN № 1727-4893

Мнение редакции по тем или иным вопросам
может не совпадать с мнениями авторов.

Редакция не несет ответственности за содержание
рекламных материалов.

Никакая часть данного издания не может
быть воспроизведена в какой бы то ни было
форме без разрешения редакции.

Адрес редакции и издательства:

191040, СПб., Лиговский пр., 56, «Г» оф. 205-207

Отпечатано в типографии ООО «Цветпринт»
191119, С.-Петербург, ул. Роменская, д. 10, лит. К
Тираж 4600 экз.

На обложке: Библиотека им. Ф. М. Достоевского
на Чистых прудах в Москве. Фото Валерия Бухарова

© «Библиотечное Дело», 2015

Цена свободная

Подписано в печать 28.02.15



«Я вернулся в мой город, знакомый до слёз...»

ПРОНЗИТЕЛЬНЫЕ СТРОЧКИ О. Мандельштама — многослойная метафора, в основе которой образ Петербурга-Ленинграда. Этот когда-то родной для него город воспринимается поэтом как чужой, наполненный страхом, ощущением реальной опасности.

Конечно, у стихотворения имеется точная привязка к конкретным фактам трагической биографии Мандельштама. Но случается и так, что оказавшись в «знакомом до слёз» городе или городском квартале и видя в нём разрушительные изменения, испытываешь боль и ощущение безнадёжности. Живя в таком месте, человек, даже не осознавая, начинает воспринимать город как место вынужденного обитания — территорию, с которой его связывают чисто формальные отношения: регистрация, адрес проживания, место работы.

Наши города поразительно похожи один на другой. Порой при их посещении запоминается, кроме кое-где сохранившихся центральных кварталов и отдельных памятников, лишь унылый ряд местных Черёмушек, одинаковые магазины, школы и, увы, библиотеки. Талантливый исследователь-пионер проблемы городского брендинга в нашей стране Денис Визгалов отмечал «сложные взаимоотношения» русского человека «с местом своего обитания и с пространством вообще». Повинны в этом, по мнению учёного, наши просторы и богатство природных ресурсов, «отбывающие охоту к их грамотному освоению».

Как вернуть жителей в свой город, помочь им увидеть его достоинства и минусы, стимулировать их желание изменить мир вокруг себя или используя научную лексику, сформировать их региональную(городскую) идентичность? И чем может быть полезна при этом библиотека? Этим вопросам посвящён данный номер нашего журнала.

Нельзя сказать, что для публичных библиотек это тема новая. Ей посвящались семинары и методические рекомендации. Более того, глубоко занимаясь краеведением, библиотеки с разной степенью полноты всегда собирали материал, помогающий формировать представления о городе, его уникальном Образе. Именно краеведение создаёт добротную документально-ресурсную основу для создания концепции бренда, улучшению имиджа города и его отдельных районов в глазах жителей. По выражению читателя одной из библиотек, краеведы при этом выполняют роль генератора, вырабатывающего созидательную энергию горожан.

В основе концепции бренда города лежат не только знаменательные исторические события, имена знаменитостей, которыми он гордится, но и ментально-географические представления — воображаемые образы: мифы, легенды, фольклор, судьбы живших здесь литературных героев. Брендинг городов — это геокультурный брендинг. Он во многом базируется на гуманитарной географии — области знания, основателем которой по праву считается Д. Н. Замятин, чья статья опубликована в этом номере.

Возможно, кому-то покажется странным, что брендинг города, тесно связанный с маркетингом, точным экономическим расчётом, покоится на столь романтических основаниях, как воображение, впечатления, фантазия. Тем не менее именно эти эфемерные опции во многом формируют идеи, символы и ценности, из которых собственно и состоит бренд города. В год литературы об этом тем более хорошо бы помнить.

С. Г. Матлина,
ответственный редактор журнала «Библиотечное Дело»

СЛАВА МАТЛИНА

Это модное слово брендинг

Инструмент обновления города



Понятия «бренд», «брендинг» стоят в одном условно-семантическом ряду с другими «модными» словечками: «инновации», «оптимизация» и др. Их применяют в разных ситуациях, придавая им порой далёкие от классических определений смысловые значения — всё зависит от представлений и эрудиции авторов.



Слава Григорьевна Матлина, ответственный редактор журнала «Библиотечное дело», кандидат педагогических наук, Москва

В НАШЕЙ профессиональной литературе чаще всего данное понятие используют как инструмент содержательного обновления библиотеки, смены её имиджа, разработки нового, более привлекательного для читателя Образа. Его увязывают с новыми концепциями её развития, маркетинговым подходом, привлечением материальных ресурсов, партнёров и спонсоров. Одним из элементов бренда становится поиск собственного стиля, в том числе визуального; нестандартных дизайнерских решений, порой требующих значительной реновации — перестройки здания библиотеки, размещения её фондов. Наконец, частью этой работы становится осмысление роли бренд-нейма — когда имя библиотеки рассматривают как её опознавательный знак, символ, определяющий конкретные направления её деятельности, более того, во многом программирующий её судьбу¹.

У этих значимых для каждого из нас сторон профессиональной жизни имеется только один недостаток: они нередко замкнуты на самой библиотеке, слабо соотносясь с проблемами той местности, в которой она расположена, и прежде всего с созданием имиджа территории, бренда города. Это скорее поиск «собственного лица», вне глубоко проанализированного внешнего средового контекста, природного и культурного ландшафта местности. Отсюда не слишком высокая социальная эффективность этой работы.

За последние полтора десятилетия в наших представлениях о брендинге как одном из инструментов переустройства окружающего нас предметного мира, в

первую очередь, в больших и малых городах, многое изменилось. Разрабатывается теория пространственного развития, появляются новые области знания, такие, как гуманитарная география, брендинг городов. За рубежом и в нашей стране местная, особенно городская культура, начинает привлекать внимание специалистов по развитию территорий. Так называемая глокализация (сочетание глобализации с интересом к жизни локальных сообществ) требует пристального внимания к изучению местной культуры. По определению крупнейшего отечественного специалиста по брендингу городов Дениса Визгалова, она определяется набором **типичных моделей поведения человека в типичных ситуациях** (выделено автором²). По формуле Д. Визгалова, «**Культура из градообслуживающей отрасли становится градообразующей. И если нет в городе уникальных культурных сценариев поведения, значит и идентичности у этого города нет, то есть нет города как такового**»³. Напомню, что в городах сегодня живёт 80% населения России.

Мы начинаем осмысливать библиотеку (и стараемся передать это восприятие властям города и его жителям) не только как одно из учреждений города/села. Публичная библиотека (ПБ) в таком понимании — это важный элемент локального культурного пространства, создающий особую атмосферу, влияющий на социальное самочувствие людей, их представления о своём городе, то есть определяющий **местную идентичность** человека. Специалисты в области регионоведения делают акцент в этом случае прежде всего на музейщиков, в то время как в большинстве городов, и прежде

всего малых, созидательную профессиональную среду, формирующую бренды, представляют библиотеки с их огромным краеведческим потенциалом⁴. Подчеркну, библиотеки, работающие в сотрудничестве с местными музеями там, где они есть.

При этом меняется содержательная сторона нашего традиционного краеведения. Признавая высокую значимость информации о событиях и явлениях местной жизни, интересных людях, оставивших свой след в истории и сегодняшней жизни сообщества, краеведы помимо культурных артефактов начинают изучать ведущие элементы новой области знания - гуманитарной географии. Её основатель Д. Н. Замятин обозначил её как **имагинальную географию** или **географию воображения**.

Это ментально-географическое пространство, в основании которого лежат **образы**, не только реально существовавшие, но различного рода мифы — литературно-художественные, исторические, фольклорные. «В старину рассказывали, что на месте этого пустыря стояла усадьба...»; «Считается, что в начале 19 века по этой дороге мог на Кавказ проезжать А. С. Пушкин...»; «Этот петербургский двор — колодец как будто выписан Достоевским в его романе “Преступление и наказание”...»; «Наблюдаемый пейзаж наверняка вызовет у Вас ассоциации с эпизодом из фильма...» — такие воображаемые кейсы сегодня не даром влетены в ткань повествования гидов-путеводителей, экскурсоводов. При этом используются материалы художественной литературы, произведений изобразительного и музыкального искусства, как правило, широко известных, а порой и малоизвестных публике, что наряду с другими эффектами «работает» на реализацию одной из наших перманентных задач — продвижение чтения. Кому, как не библиотекарям-краеведам, эрудитам отслеживать подобные кейсы, занимаясь по терминологии, введенной Д. Н. Замятиным, **образно-географическим картографированием**⁵.

В основе такого рода картографирования — собирание сведений и фиксация **знаковых мест**. По мысли Д. Н. Замятина, таким знаковым местом может быть не только привычный для нас объект — здание, сооружение, памятная доска, скульптура, но и любое «*географическое пространство, осмысливаемое с*

помощью историко-культурного, социального, политического, географического воображения на основе реальных или вымышленных событий»⁶ В этом положении исследователя ключевое слово — **воображение**. Знаковым местом наряду с документированными материалами из архивов, может стать дерево, которому по преданию насчитывается не менее ста лет и которое, возможно, помнит события гражданской войны, или холм, позволяющий с самой высокой точки увидеть окрестности. Это также может быть родник, с которым связаны легенды, «бабушкины сказки», или допустим, глубокий овраг, где пряталось не одно поколение местных мальчишек, игравших в войну.

Все эти сведения работают на **бренд территории**, который Д. Визгалов определяет как «*чувство места*». На основании такого рода чувств формируется геокультурный брендинг — процесс, в котором на передний план «*выходит работа с не визуальными символами (курсив автора) - нарративами, мифами, впечатлениями, порождаемыми историческими сюжетами, музыкой, звуками, запахами*»⁷. Сегодня такой непривычный для библиотекарей подход, замещенный на фантазии, воображении, становится важным элементом не только краеведения как ресурса геокультурного брендинга, но и всей работы по формированию библиотечного пространства, являющегося частью культурно-информационного пространства территории.

Несомненно, работа по созданию брендинга города — долгий процесс, который местное сообщество организует в рамках маркетинга территории, — при участии и консультативной помощи профессионалов. Но содержательные элементы, помогающие сформировать идею бренда, его концепцию, помочь закрепить его значимость в сознании своей аудитории, регулярно выявлять обратную связь, собирая сведения о мнениях горожан, библиотеке по силам. Ведь в отличие от музея (но обязательно работая в тесном взаимодействии с ним) ПБ представляет собой **открытое пространство**, которое при определённых условиях способно играть роль **пространства общественного**⁸ Сегодня такое понимание постепенно становится одним из факторов совместной инновационной деятельности различных учреждений культуры, о чём

свидетельствуют материалы ярославского семинара, посвящённого брендингованию малых городов⁹.

Библиотека как автор бренда

Наш журнал неоднократно писал, сколь важно библиотекам изживать своеобразный комплекс неполноценности, выражаемый фразами типа «Мы не можем реально повлиять на социальную жизнь города». Очень даже можем. Приведу немало примеров, когда именно ПБ становилась инициатором разработки бренда, формируя новую, позитивную идентичность города/городского посёлка. Один из таких примеров неоднократно описываемая в нашем журнале история создания в Коношской ЦГБ Архангельской области первого в мире музея имени И. А. Бродского. Здесь, в соседней деревне Норенской, отбывал ссылку будущий нобелевский лауреат, и сердобольные библиотекари откладывали малоизвестному тогда юноше литературные новинки, одаряли его своим душевным теплом. Семинары, научные конференции, куда приезжают не только друзья, но отечественные и зарубежные исследователи творчества поэта сделали Коношу известной в литературном мире, стимулировали развитие инфраструктуры города, повысили социальную самооценку его жителей.

Безусловно, идеальный вариант создания бренда города средствами, используемыми ПБ, — функционирующий при ней музей по аналогии с классическими, многократно упоминаемыми вариантами: музеем Мыши (город Мышкин), жилищем Деда Мороза (Великий Устюг). Так одним из брендов героической истории Ленинграда стал небольшой музей-библиотека Книги блокадного города, функционирующий при небольшом филиале ЦБС Московского района Санкт-Петербурга. Широко известны среди москвичей и научной общественности две замечательные институции — Библиотека истории русской философии и культуры «Дом А. Ф. Лосева», а также мемориальный музей и научная библиотека «Дом Н. В. Гоголя». Они расположены на Арбате и активно занимаются экскурсионной работой. Сюда приходят не просто читатели, научные сотрудники, участники международных научных конференций и симпозиумов, но экскурсанты и паломники — чтобы ощутить ауру проживавших ▶

здесь гениев мировой культуры. Без их деятельности сегодня невозможно представить Арбат, прилегающие к нему переулки и бульвары как один из столичных брендов.

Библиотека-Дом А. Ф. Лосева — пионер в области использования новых информационно-коммуникационных технологий в содружестве с компанией IZI.travel предложила жителям столицы и её гостям новую услугу — **мобильный аудиогид**¹⁰. С помощью мобильного устройства на платформе Android или iPhone любой человек в режиме беспроводного интернета может не только самостоятельно узнать о книжных и музейных сокровищах Библиотеки-Дома А. Ф. Лосева. Он также получает возможность самостоятельно пройти по разработанному сотрудниками Библиотеки экскурсионному маршруту «Прогулка по Арбату», посетить авторскую экскурсионную программу «Философский Арбат». Для этого достаточно зайти на сайт Библиотеки-Дома А. Ф. Лосева (<http://www.losev-library.ru>). Здесь опубликованы карта маршрута и правила использования аудиогидов.

Об ином варианте формирования городской культурной идентичности стараниями краеведов ПБ свидетельствует опыт Зеленоградской ЦГБ Калининградской области. Известный до Второй мировой войны как Кранц — курортный городок в Восточной Пруссии, расположенный на Куршской косе, сегодняшний Зеленоградск нуждается во вложении немалых средств, реставрации старинных зданий, воссоздании образа одного из красивейших мест Прибалтики. И вот как раз на Образ этого уникального места, и опосредованно — на изменение его облика, эффективно работает Зеленоградская городская библиотека им. Ю. Куранова.

Одним из центральных звеньев этого Образа стала фигура прусской королевы Луизы, бабушки царя-освободителя Александра II. Имя этой рано умершей красавицы, покорившей своим обаянием Наполеона, окружено легендами. Она долгое время жила в Кенигсберге и много времени проводила в Кранце. Благодаря изысканиям библиотекарей, в первую очередь, краеведу Е. А. Шумиловой, здесь появилась постоянная экспозиция, посвящённая королеве, открылся сквер её имени с красивым памятником, наконец, прошло уже три летних фестиваля «Васильковое лето королевы Луизы». В его программу входят театрализованные

представления и фильмы, посвящённые Луизе, дефиле в исторических костюмах, выставки. В фестивале принимают участие как жители города, так и сотни приезжающих в город курортников.

Работа краеведов в архивах, изучение дореволюционных печатных изданий российских и немецких помогли воссоздать историю Кранца, пребывания в нём известных общественных деятелей, политиков, писателей и художников. Так благодаря поискам библиотекарей на стене Городской библиотеки появилась памятная доска, посвящённая П. А. Столыпину. Он посещал Кранц в начале прошлого века. Соединение старой немецкой и новейшей истории Кранца, поиск воспоминаний довоенных жителей и русских переселенцев, изучение и продвижение экологических сведений, например, о том, как в старину решалась проблема борьбы с эрозией почвы (море захватывает всё большую часть дивного побережья Куршской косы), участие библиотеки в международных проектах и программах — всё работает на имидж городка. И стоит отметить: начинания библиотеки поддерживаются местными властями и общественностью города. В Зеленоградске любят и ценят свою замечательную библиотеку, откликаются на её просьбы.

Это обстоятельство играет огромную роль. Силами одной библиотеки, даже при поддержке местной общественности — без включения городских/муниципальных властей, трудно добиться перерастания исходного для брендинга образа в системную маркетинговую деятельность по позиционированию и продвижению города. Хотя это обстоятельство осознаётся не всегда. Например, ярким образом, символом города Коврова Владимирской области мог бы стать заяц, изображённый на старинном гербе города. Маленькой городской библиотеке семейного чтения на основе этого символа удалось создать Музей зайца, который пользуется успехом не только у местных жителей и пополняется экспонатами, даже присылаемыми из-за рубежа¹¹. Чем не аналог музея Мыши? Тем более значимый для города, расположенного в области, известной как туристический центр России.

Без маркетинговой проработки бренда, вложения в этот процесс средств, привлечения материальных ресурсов, включая инвестиции предпринимателей, никакие содержательные ос-

нования, предоставленные ПБ и местными музеями, не смогут создать привлекательный, как для самих горожан, так и приезжих гостей, Образ города. Между тем, именно сегодня, когда в туристическом бизнесе сделан разворот в сторону туризма внутрироссийского, местного, появляются экономические предпосылки для оживления этой работы. Брендинг городов становится отправной точкой их преобразования, развития социальной инфраструктуры, появления новых предприятий, а значит, рабочих мест. Когда-то великие сатирики И. Ильф и Е. Петров заметили: не надо бороться за чистоту улиц — надо их просто чистить. Напрашивается аналогия: хорошо бы вместо разговоров о патриотизме, которым мы посвящаем множество мероприятий, включиться в создание бренда своего города. Культурная рука об руку с экономикой способны по-своему выводить города из депрессивного состояния, всем вместе преобразовывать окружающий нас мир.

С автором можно связаться:
matlina@mail.ru

Примечания:

¹ Матлина С. Г. Библионимика. Имя как символ и бренд библиотеки: (Постановка проблемы) / С. Г. Матлина // Науч. и техн. б-ки. — 2007. — №4. — С. 5–14; она же: «Нам остаётся только имя...» (Имя как символ и бренд библиотеки) / С. Матлина // Библиотечное дело. — 2008. — №24(90). — С. 2–6.

² Денис Визгалов: пусть города живут / Сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский. — М.: Сектор, 2015. — С. 81.

³ Там же.

⁴ Замятина Н. Страна Региония: что станет опорой России после того, как кончится нефть? / Н. Замятина // Новая газета. — 2014. — 17 дек. — №142. — С. 16.

⁵ Замятин Е. Н. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук / Е. Н. Замятин // Социологическое обозрение, Т. 9. — №3. — С. 26–50.

⁶ Там же. С. 34.

⁷ Денис Визгалов. Указ. соч. — С. 47.

⁸ Матлина С. Библиотечное пространство: от публичного к общественному: Новые понятия и их смыслы / С. Матлина // Библиотечное дело. — 2014. — №21. — С. 2–9.

⁹ Малые города — большие бренды: сотрудничество библиотек и музеев в формировании имиджа территории: материалы семинара / Секция б-к по ис-ву и муз. б-к РБА, Рос. гос. б-ка по ис-ву, Яросл. обл. универ. науч. б-ка им. Н. А. Некрасова; [сост. А. А. Колганова, Д. Ф. Полознев]. — М.: Ярославль: [б. и.], 2008. — 66 с.

¹⁰ Подробно об этой технологии см. статью М. Далецкой в данном номере.

¹¹ Солдатенкова Л. И это всё о них. Как заяц стал брендом библиотеки / Л. Солдатенкова // Библиотечное дело. — 2013 — №20. — С. 23–26.

Геокультурный брендинг территорий

Методология и методика



ЕСТЕСТВЕННО, в этом случае возникают вопросы: что такое геокультурный бренд территории и, соответственно, геокультурный брендинг территории; в чём их отличие от ставшего уже вполне привычным и популярным маркетинга и брендинга территорий?

Совершенно понятно, что в обоих случаях региональная/локальная/местная культура может быть одним из существенных, если иногда даже не главных, источников разработки и создания бренда определённой территории. Однако вопрос об отличии, или, вернее, различии должен рассматриваться несколько в другой плоскости: речь идёт о принципиальном различии в понимании роли и значения самой культуры по отношению к территории. С нашей точки зрения, сама территория, взятая в её онтологическом и феноменологическом срезе, является определённой культурой. Само собой, имеются в виду не конкретные культурно-географические территориальные границы, а, своего рода, «территориальная экзистенция», благодаря которой мы можем говорить об онтологическом существовании, например, Венеции, Урала или же Японии. Вместе с тем, конкретная география территории никуда «не уходит»: она просто понимается и интерпретируется по-другому, в рамках других когнитивных процедур.

Основопологающие понятия геокультурного брендинга территорий

Образ — это максимально дистанцированное и опосредованное представление реальности. Образ в широком смысле

выявляет «рельеф» культуры, являясь одновременно культурой в её высших проявлениях. Образ — часть реальности; он может меняться вместе с ней. В то же время образ — фактор изменения, динамики реальности.

Геокультура — процесс и результаты развития *географических образов* в конкретной культуре, а также «накопление», формирование традиции культуры осмысления этих образов. Определённая культура «коллекционирует» определённые географические образы, приобретая при этом те или иные образно-географические конфигурации. Современная геокультура представляет собой серии *геокультурных (культурно-географических) образов*, интерпретирующих локальные *геокультурные пространства*.

Геокультурное пространство — система устойчивых культурных реалий и представлений на определённой территории, формирующихся в результате сосуществования, переплетения, взаимодействия, столкновения различных вероисповеданий, культурных традиций и норм, ценностных установок, глубинных психологических структур восприятия и функционирования картин мира.

Итак, любая территория, взятая в её онтологической и феноменологической плоскости, может рассматриваться как определённая геокультура — при этом мы подчёркиваем, что в данном случае невозможно выстраивание каких-либо геокультурных иерархий, в зависимости, например, от физических размеров территории или же её культурного бэкграунда. Мы можем говорить лишь о сосуществовании и/или каком-либо взаимодействии геокультур, вне зависи-

Всякая территория — сельское поселение, город, небольшая местность, крупный район, страна, макрорегион и т. д. — может быть репрезентирована как целенаправленный, детально структурированный образ. Этот образ территории может быть выстроен, сформирован как геокультурный бренд.



Дмитрий Николаевич Замятин, доктор культурологии, заведующий Центром геокультурной региональной политики Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва, Москва

мости от их физико-географического и историко-культурного масштаба. Таким образом, в первом приближении, геокультурный брендинг территорий может быть определён как целенаправленное онтологическое совмещение конкретного культурного пространства с самим собой, причём территориальные границы, взятые в их физическом/политико-административном аспекте, выступают здесь как непосредственное выражение конкретной геокультуры ad hoc.

Формирование медиа-территории как составной части геокультурного брендинга

Всякая геокультура, рассматриваемая в её онтологической «схваченности» территорией, располагает в настоящее время собственной медиа-средой. Мы можем непосредственно говорить о **медиа-территории** — как о конкретно-операциональном «топониме» (например, Ямале, Вашингтоне, Австралии и т. д.), так и о мощном концепте-образе, позволяющем интерпретировать геокультурный брендинг территории как целенаправленное содержательное расширение конкретной геокультуры в медиа-пространстве. Под медиа-пространством мы понимаем в данном случае виртуальную топографическую сеть, имеющую возможности и ресурсы для распространения массовых сообщений и базирующуюся на представлении о той или иной соотносимости физических (физико-географических) и метафизических (метагеографических) параметрах и свойствах пространства. Иначе говоря, медиа-территория, например, Красноярского края должна, так или иначе соотноситься с его физико- и метагеографическими характеристиками.

Вместе с тем, основная цель и функция геокультурного брендинга территории состоит в своего рода ментальной (когнитивной) «возгонке» непосредственно видимого, слышимого, чувствуемого, ощущаемого, воспринимаемого и воображаемого пространства. Это значит, что всякие культурно-географические объекты территории, историко-культурные памятники, достопримечательные места, знаменитые или известные ландшафты должны быть «преобразованы», трансформированы в специфические медиа-образы, циркулирующие и распространяющиеся далее в

особом медиа-пространстве. В сущности, мы можем говорить здесь о множественных современных и, главное, пространственных метагеографиях, обладающих реальными возможностями «завоевать мир», или же, наоборот, «потерять» его в результате неудачного геокультурного брендинга или просто его игнорирования. Так, мы можем, например, наблюдать разительные контрасты между той непосредственной физико-географической территорией, на которой расположен Париж, его историко-культурными памятниками и достопримечательностями и, наконец, его поистине мировой метагеографией, не



«обеспеченной» полностью, «на 100%» первыми двумя слоями (физико- и культурно-географическим), но, явно или неявно, проистекающей из очевидного геокультурного брендинга (и стихийного, спонтанного, локального, и целенаправленного и централизованного), базирующегося на богатстве историко-культурной памяти и ауры места. Дело в данном случае даже не в конкретном ментальном геокультурном богатстве Парижа самом по себе, а в своего рода геометрической прогрессии медиа-пространства, наблюдаемой нами при переходе от физико- и культурно-географических слоёв к метагеографическому.

Ключевые операциональные понятия геокультурного брендинга территорий

Географический образ (далее — ГО) — система знаков, символов, стереотипов, архетипов, мифов, характеризующих определённую территорию. ГО может быть представлен как визуальными изображениями и текстами, так и письменными текстами. В качестве фрагментов ГО могут рассматриваться от-

дельные картины, фотографии, рисунки, специально выполненные логотипы, художественные, публицистические и иные письменные тексты, видео- и кинофрагменты, фрагменты музыкальных произведений, компьютерные игры. Научной основой для разработки ГО являются гуманитарно-географические представления о конкретной территории. ГО может изменяться во времени под воздействием как внешних факторов (например, масштабные геополитические изменения, гуманитарная катастрофа, целевые ОГ-проекты), так и внутренних (например, изменение гуманитарно-географических представлений о территории, социокультурная и социально-экономическая динамика территории). ГО — это индивидуальный или групповой (профессиональный, социальный, этнокультурный и т. д.), эмоционально убедительный (яркий) и информационно сжатый (компактный) синтез гуманитарно-географических представлений о территории с какими-либо целями (научными, политическими, социокультурными, экономическими). ГО, как правило, не может устойчиво существовать и/или транслироваться вне своих репрезентаций в рамках тех или иных территориальных сообществ — в форме публичных выступлений отдельных людей, научных или публицистических статей, музейных экспозиций, социокультурных акций, вновь создаваемых, экспонируемых или переиздаваемых художественных произведений и т. д.

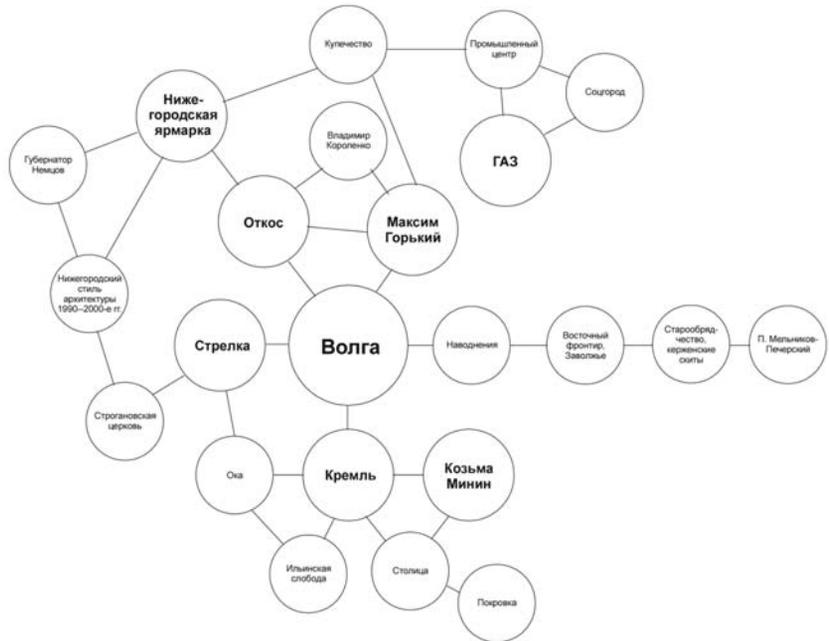
Имидж территории (далее — ИТ) — совокупность или система базовых (простых) представлений об определённой территории, создаваемая, репрезентируемая и транслируемая преимущественно с помощью СМИ в конкретных политических, социокультурных, экономических целях. При создании ИТ могут (частично) использоваться те же представления (знаки, символы, мифы и т. д.), что и при разработке ГО. ИТ можно рассматривать как часть её ГО, репрезентируемую в рамках СМИ (если ГО в целом — «айсберг», то ИТ — надводная часть «айсберга»). Иногда — в ходе интенсивных политических кампаний, или кампаний в СМИ — ИТ может приобретать по отношению к ГО временную, относительно непродолжительную, самостоятельность (автономность), «отрыва-

ьясь» от своей образно-географической основы. Проектирование ИТ является частью ОГП. В отличие от собственно ГО, ИТ может очень быстро приобретать положительные или отрицательные коннотации (значения) (например, положительный имидж Нижегородской области как локомотива российских реформ 1990-х гг. при губернаторе Б. Немцове; отрицательный имидж Петербурга как криминальной столицы России в конце 1990-х — 2000-х гг.).

Образно-географическая карта (далее — ОГК) — наглядное визуальное изображение, графическая схема взаимосвязанных географических образов какой-либо территории (населенного пункта, ландшафта, города, района, страны и т. д.). Возможны два основных типа ОГК: 1) на базе известных в логике диаграмм Венна, когда различные ГО, изображаемые в виде овалов или кругов, могут пересекаться; 2) на базе математической (топологической) теории графов, когда отдельные ГО выступают как точки (узлы) сети. Разработка ОГК необходима на разных этапах ОГП: на начальном этапе, когда нужно создать первичное представление об объекте ОГП, конкретной территории (в этом случае говорят о прото-ОГК, или первичной, базовой ОГК), на основном этапе, когда разрабатывается целая серия ОГК, описывающая главные аспекты воображения территории (политический, социокультурный, экономический, художественный) и на заключительном этапе, когда строится синтетическая ОГК, в упрощенном виде концентрирующая все ранее обнаруженные и исследованные основные знаки, символы и стереотипы конкретной территории. ОГК сохраняет лишь часть признаков традиционной географической карты: возможно сохранение привычной картографической ориентации сторон света, некоторых топографических соотношений, однако это не является обязательным. ОГК может использоваться в комплексе с ментальными картами, картоидами и образно-средовыми картами. ОГК разрабатываются на основе индивидуальных представлений о территории каких-либо исследователей/экспертов (экспертное знание), социологической информации (в том числе социологических опросов, интервью), когнитивно-географической и образно-геогра-

фической реконструкции различных текстов (письменных — художественных, научных, публицистических; визуальных — живописных, графических, кино- и видеofilmов), контент-анализа текстов.

лов территории. ИРТ следует отличать от элементов ИТ (знаков, символов и т. д.), уже репрезентированных СМИ и ставших частью устойчивых представлений. Например, ИРТ посёлка Всеволодо-Вильва Пермского края достаточ-



Пример: протообразная карта Нижнего Новгорода (Д. Замятин, 2005)

Имиджевые ресурсы территории (далее — ИРТ) — совокупность знаков, символов, архетипов и стереотипов определенной территории, которая потенциально может быть достаточно просто (легко) репрезентироваться СМИ. ИРТ являются основой для формирования ИТ. Оценка ИРТ зависит от заинтересованности соответствующих потребителей, возможных заказчиков

но значительны и разнообразны (деятельность предпринимателей Всеволожских и Саввы Морозова, пребывание здесь А. Чехова и Б. Пастернака, интересные природные ландшафты), однако имидж Всеволодо-Вильвы в начале XXI века выглядел ещё достаточно слабым и не сложившимся.

Этапы геокультурного брендинга территорий

В технологическом плане геокультурный брендинг территории подразумевает проведение нескольких важных когнитивных операций. К ним можно отнести: поиск и идентификация тех физико-географических характеристик и культурно-географических объектов территории, которые могут быть потенциально подвергнуты метагеографической медиа-возгонке (метагеографические прото-образы); оконтуривание общего массива найденных метагеографических прото-образов территории и дальнейшее его сегментирование, заключающееся в определении степени перспективности медиа-работы с теми или иными прото-образами; формулирование «ядерной» стратегии геокультурного брендинга рассматриваемой



ИТ, а также целенаправленности репрезентаций в СМИ. Наличие значительных ИРТ не гарантирует обязательное наличие достаточно сформированного ИТ, поскольку эффективность использования ИРТ во многом зависит от степени учёта и подробности описания его элементов (видов), а также от размеров, качества и степени воздействия на аудиторию ведущих информационных кана-



территории, исходя из кластера наиболее перспективных метагеографических прото-образов; разработка последовательности продвижения конкретных метагеографических образов территории в соответствующем медиа-пространстве. Естественно, что это лишь общий набросок, схема, которая требует несомненной адаптации при работе с любой территорией. Важно заметить, что на каждой стадии подобной работы желательна вновь и вновь пытаться формулировать, определять, кратко описывать суть, содержание исследуемой и анализируемой геокультуры.

Типовые продукты геокультурного брендинга территории

1. Имиджевый паспорт территории. Включает:
 - а) образно-географическую карту территории;
 - б) карту знаковых мест территории;
 - в) образную формулу территории.
2. Текстовый «имидж».
3. Мифологическая характеристика территории.
4. Содержательные стратегии разработки имиджа территории.
5. Модель презентации имиджа территории.
6. Брендинг территории в определённом сегменте.

1. Имиджевый паспорт территории

Имиджевый паспорт территории представляет собой результат выявления и каталогизации имиджевых ресурсов территории, оценки взаимосвязей и перспективности продвижения отдельных их видов. Результаты анализа имиджевых ресурсов территории представляются в четырех взаимодополняющих продуктах.

А. Образно-географическая карта территории

Образно-географическая карта территории показывает наиболее перспективные элементы потенциальных имиджей территории, относительную значимость и содержательные взаимосвязи отдельных элементов.

Выявление основных элементов потенциальных имиджей территории базируется на оценке значимости отдельных, выявленных в ходе предполевого сбора материалов фактов, событий, имен. Эти факты, имена и события

должны быть значимы не только в рамках собственно локальной истории и географии территории, но выводить их в более масштабные образно-географические контексты. Так, имена Тамерлана и Бунина, разрушение Ельца войсками Тамерлана, возведение Вознесенского собора по проекту архитектора Тона очевидно являются потенциальными образными узлами города Ельца, поскольку выходят уже за пределы истории и географии Ельца в узком смысле. Важно отметить, что выявление таких



узлов возможно при наличии эмоциональной ауры, уже существующей вокруг маркированных фактов, имен и событий (городская мифология, жития святых, художественные произведения и т. д.).

Составление образно-географической карты территории призвано максимально систематизировать собранные материалы и уже идентифицированные и разработанные элементы имиджа. Графическое представление с помощью теории графов различных исторических фактов, событий, имен, топонимов, художественных ассоциаций, топографических маркеров, масштабных историко-географических понятий, осмысленных иерархически и связанных между собой, позволяет наиболее простым и наглядным способом моделировать потенциальные имиджи территории.

Б. Карта знаковых мест территории

Выявление знаковых мест территории ведётся в ходе полевых исследований. Они могут быть описаны и после экспедиции, однако именно непосредственное пребывание исследователя в городе, его попытка уловить в городской топографии метауровень, возможности ее образной трансформации в метагеографию. Знаковые места территории — это определённые выделенные исследователем локусы регионального

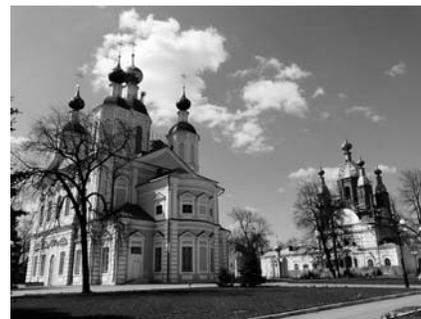
пространства, обладающие, с его точки зрения, особыми значениями и смыслами, формирующими «тело» территории.

Продукт представляет собой географическую карту территории с нанесёнными на нее знаковыми местами. Условно обозначены иерархия и содержательные типы указанных знаковых мест.

В сокращённом варианте работы карта знаковых мест территории может быть заменена их списком.

В. Образная формула территории

Образная формула территории включает два-три объекта территории (архитектурный, культурный, музейный объекты, видовая панорама), имеющих наиболее выигранные с точки зрения условного внешнего посетителя визуальные и памятные репрезентации. Подобная формула близка по содержанию традиционным туристским аттракторам, несомненно, отслеживаемым и фиксируемым туристическими фирмами. Тем не менее, стоит обратить внимание, что в случае профессионально-туристского выделения городских аттракторов сами объекты-аттракторы оказываются практически без содержа-



тельных контекстов, своего рода «голыми» репрезентантами посещаемого туристами города. Хотя организаторам туристических экскурсий и понятны общие механизмы построения таких аттракторов, эти механизмы остаются вне каких-либо масштабных попыток создания диверсифицированного образа территории. В «образной формуле» территории аттракторы увязаны с более широкими контекстами разработки и продвижения гуманитарно-географических имиджей территории. В качестве таких контекстов могут восприниматься образы-архетипы, мифы, метафоры и метонимии, связанные с определённой территорией. Объекты территории, включённые в формулу, как правило, условно суммируются с помощью математи-

ческого символа сложения, тогда как образы-архетипы включаются в формулу с помощью символа умножения. Соответственно, мифы, метафоры и метонимии помещаются в рамках формулы с помощью символа деления в знаменателе. Следует, конечно, отдавать себе отчёт в условности подобной формулы. Тем не менее образная формула территории помогает выделить наиболее существенные компоненты образа территории и обозначить их значимость в це-



лях разработки в дальнейшем различных стратегий продвижения имиджа территории.

2. Текстовой «имидж» территории

Создание текстового «имиджа» территории предполагает подготовку небольшого текста (0,5–1 стр.) описательного характера, дающего четкое представление о наиболее важных образах изучаемой территории. Внешне этот текст может напоминать традиционные рекламные тексты или типичные тексты из туристических буклетов. Желательно, что такая «картинка» сама по себе также была образной, создавала впечатление целостности видения образа территории.

3. Мифологическая характеристика территории

Создание мифологической характеристики территории коррелирует с выделением и осмыслением потенциальных образных брендов территории. На основании отдельных образных элементов — чаще всего это исторические факты и события, биографии выдающихся людей, связанных с городом — создаются экстравертные региональные мифологии, с одной стороны, связанные с топографией территории (например, музей-квартира, памятник, бюст, памятная доска на стене дома, культовый объект, памятная могила и т. д.), с другой стороны, ориентированные на встраивание в «большие истории» и «большие мифологии» (на уров-

не страны, более крупного региона, иногда и всего мира).

Использование мифологической характеристики территории подразумевает поддержку региональных мифов на уровне различных региональных и локальных мероприятий (театрализованные действия, перформансы, какие-либо знаковые действия в рамках Дня города, района, области, отмечание памятных дат и т. д.).

Продукт включает:

- список основных мифов, актуальных для данного города;
- краткую характеристику каждого мифа;
- список существующих опорных точек каждого мифа в ландшафте города;
- список потенциальных опорных точек в ландшафте города, необходимых для поддержания и культивирования каждого мифа;
- список возможных мероприятий, способствующих поддержке каждого мифа

4. Содержательные стратегии создания имиджа территории

Основа содержательных стратегий создания имиджа территории состоит в разработке позитивного, «возвышенного» с аксиологической точки зрения и в то же время весьма вариативного образа. Такой «возвышенный» образ, несомненно, должен базироваться на историко-культурном и природном наследии региона; при этом сам образ заранее может носить проспективный (перспективный) характер. Особенно важно подобное видение интерпретации для малых и средних городов с депрессивной социально-экономической средой, а также для монофункциональных по специализации городов и территорий. Аналогичный (перспективный) подход применим для фронтальных городов и регионов (в условиях России — города Крайнего Севера, Сибири и Дальнего Востока), чьё население чаще всего нуждается в целенаправленном культивировании и возвращении собственной городской и региональной идентичности. Возможна разработка нескольких альтернативных (или взаимодополняющих) стратегий для каждой территории.

Для совокупности возможных стратегий создания имиджа определенной территории составляется *когнитивная схема развития гуманитарно-геогра-*

фического образов территории. Когнитивная схема развития гуманитарно-географического образов территории включает основные мыслительные цепочки развития возможных образов территории со следующими звеньями:

Возможные бренды



Образы-архетипы



Типовые образы



Метафоры и метонимии



Визуальные символы, знаковые места



Ключевые тексты, мотивы презентации

Схема отражает также возможные логические связки между различными стратегиями.

Итоговый продукт включает краткие характеристики возможных содержательных стратегий создания имиджа территории и когнитивные схемы развития соответствующих образов. Продукт применим на этапе стратегического планирования имиджа территории.

5. Модель презентации имиджа территории

Модель презентации имиджа территории разрабатывается для построения программы брендинга образа территории, подробного описания возможных мероприятий и действий для продвижения образа. Модель представляет собой структурное описание наиболее важных с позиций формирования бренда образных элементов: ключевые тексты, являющиеся источником основных знаков и символов имиджа; наиболее важные визуальные символы, внешние образы и символы, собирающие образ; основные мотивы презентации образа.

6. Брендинг территории в определённом сегменте

Заключительный этап работы с имиджевыми ресурсами территории связан с непосредственным выполнением тех или иных прикладных заказов в специализированных сегментах:

- культурная деятельность и образование,
- социальная деятельность,
- экономика и привлечение инвестиций,
- политическая деятельность в целях рекламы и развития связей с общественностью.

Суть данного этапа — в тонком структурировании наработанных материалов и моделей и их насыщенной интерпретации в предлагаемых ситуациях и контекстах.

Геокультурный брендинг территории как процесс самоорганизации геокультуры

Самоорганизация геокультуры — важное основание любого проекта в сфере геокультурного брендинга территории. Локальные сообщества и отдельные люди (гении места в широком смысле), так или иначе, должны активно осознавать необходимость целенаправленного культивирования и продвижения в медиа-пространстве геокультурного (культурно-географического или гуманитарно-географического) образа своей территории. Можно назвать такие процессы и региональной идентичностью в действии, хотя региональная идентичность как социологический феномен может пребывать и в «спящем», латентном состоянии.



Активация регионального медиа-пространства в рамках геокультурного брендинга территории происходит как концентрирование, сгущение личностных, индивидуальных контактов между собственно гениями места и менеджерами культуры (опять-таки в широком смысле), понимающими необходимость, а также и своего рода перспективную «прибыльность», «выгодность» этого, прежде всего, коммуникативного, но и одновременно, феноменологического процесса. Речь идёт не об обычном и привычном «кураторстве» или же куль-

турном менеджменте (территории); суть дела в формировании единого ментального геокультурного поля, в котором профессиональные и социокультурные роли отдельных коммуникаторов и медиа-деятелей тесно скоординированы с некоей общей региональной идеей (поначалу, возможно, не чётко вербализованной или же расплывчатой), реализуемой далее в форме геокультурного брендинга территории в рамках последовательных актов коммуникации, планируемых медиа-событий (фестивалей, конференций, форумов, коммемораций и т. д.). Описываемый процесс может быть как спонтанным, «внутренним», зависимым от действий преимущественно одного-двух или нескольких человек, оказывающих решающее влияние на формирование местного геокультурного поля, так и, по видимости, внешне управляемым какими-либо из региональных властных акторов, не принимающими непосредственного участия в самом процессе.

Важно отметить, что полноценный и успешный геокультурный брендинг территории возможен только как открытый социокультурный и феноменологический процесс. Естественно, что сама геокультура, если она осознаёт себя достаточно устойчивой, должна быть открытой к внешним влияниям и воздействиям, укрепляя и сгущая тем самым своё онтологическое ядро. Местные геокультурные акторы или медиа-деятели должны в этом случае взаимодействовать с инокультурными экстерриториальными акторами и коммуникаторами, надеясь не только и не столько на получение извне и адаптацию каких-либо новых идей (что может происходить и без их активного участия), сколько на углублённый диалог в поисках синтетических идей и образов, способствующих оформлению конкретного геокультурного феномена. Иначе говоря, всякий геокультурный брендинг территории представляет собой интерактивный коммуникативный процесс, в рамках которого создаётся, разрабатывается расширенное медиа-пространство, включающее в себя как местных, так и внешних «игроков» (акторов). В свою очередь, любые внешние акторы могут рассчитывать на успех только в том случае, если они окажутся способны включиться в такой геокультурный диалог, осо-

знать как бы изнутри в процессе активного целенаправленного общения базовые геокультурные образы-архетипы и, как следствие, реальные возможности их репрезентации в ходе совместного брендинга. Расширяя данное положение, можно сказать, что любая геокультура может наиболее ярко проявлять, представлять и выражать себя в диалоге с другой или другими геокультурами; соответственно, и геокультурный брендинг любой территории всегда является **пограничным** коммуникативным и феноменологическим процессом.

Основные выводы

- Геокультурный брендинг территории (ГКБТ) — перспективная сфера интеллектуальной занятости, один из видов креативных индустрий.
- ГКБТ обладает естественной базой для своего осуществления, это — уникальная геокультура самой территории. Суть ГКБТ — в выведении этой геокультуры «на поверхность», репрезентация её и для самих себя, и для «внешнего мира».
- Если территория (регион, город) предполагает в лице её политической, культурной, экономической элит повысить свой статус (значимость) во всех смыслах, то лучше начинать с геокультурного брендинга территории.
- Геокультурный брендинг территории (ГКБ) даёт возможность ускорить социокультурное развитие территории.
- Проекты в сфере геокультурного брендинга территории должны быть совместными; в них должны принимать участие и местные, и внешние профессионалы. Лучше создавать совместные команды. Именно такое перемешивание, на геокультурном переходе даёт наилучшие проектные результаты.

С автором можно связаться:
metageogr@mail.ru

Автор даёт определение и основные характеристики геокультурного брендинга территорий.

Геокультура, брендинг территории, имидж территории

The author gives the definition and basic characteristics of the geo-cultural branding of territories.

Geoculture, branding of territory, image of territory



Творческое ИМЯ

и особенности его репрезентации
в региональных культурно-коммуникативных практиках

Пространство собственных имён — пространство взрыва. Не случайно исторически взрывные эпохи выбрасывают на поверхность «великих людей».

Ю. М. Лотман

ИССЛЕДОВАТЕЛЬ Евгения Громова акцентирует внимание на недостаточном использовании российскими регионами своих природных и культурных объектов для собственного развития. Так, согласно отчёту Всемирного экономического форума (UNWTO) Россия «занимает 5-е место из 133 стран по числу природных объектов и 9-е место по культурным объектам»¹.

Несмотря на такой высокий показатель, развитие территорий в России характеризуется как процесс бессистемный, не имеющий исследований и чёткого позиционирования. Отличительными особенностями процесса являются: копирование чужих брендов, неумение использовать свои национальные особенности, игнорирование уникальности своей территории, непонимание своего культурного кода.

Вопросы регионального развития в России в последнее десятилетие рассматриваются в единстве отраслей экономики, политики и культуры, последняя из которых приобретает новый актуальный смысл. Участвуя в развитии регионов, культура как отрасль, с одной стороны, продолжает сохранять тенденцию к сохранению своего материального культурного наследия, с другой стороны — становится более актуальным изучение нематериального культурного наследия, новые пути его актуализации.

Одним из важнейших объектов нематериального культурного наследия является творческое имя.

О том, что тема творческого имени занимает пока небольшое место в проблемном поле теоретиков и практиков отрасли, свидетельствует анализ докладов Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы региональной культуры» (г. Нижневартовск, 16 апреля 2009 г.)², IV Всероссийской конференции «Сохранение и возрождение малых исторических городов и сельских поселений: проблемы и перспективы» (г. Нижний Новгород, 30–31 октября 2013), проходившей под эгидой Министерства культуры РФ³. Лишь единичные доклады анализируют развитие территории с использованием её репрезентантов⁴.

В культурной практике современной России сложилась определённая система сохранения и популяризации творческого имени. В первую очередь, речь идет об именах известных творческих личностей — классиков культуры и искусства. И если система сохранения материального культурного достояния действует в соответствии с Федеральным законом РФ от 25 июня 2002 г. №73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»⁵, то популяризация творческого имени как объекта нематериального культурного наследия имеет свою законодательную базу только в период празднования юбилейных дат творческих личностей. Примером являются Указы Президента РФ, Распоряжения правительства РФ и Постановления Администраций региональных территорий⁶, например, Указы Прези-

В России насчитывается 83 субъекта Российской Федерации, каждый из которых имеет свои культурные достопримечательности, относящиеся к материальному и нематериальному культурному наследию.



Людмила Ивановна Скрынникова, заведующая сектором социокультурного проектирования Управления культуры г. Таганрога, член Союза журналистов России

дента РФ «О праздновании 100-летия со дня рождения М. А. Шолохова» от 11.01.2002 г. №9⁷, «О праздновании 150-летия со дня рождения А. П. Чехова» от 14.02.2006 № 111⁸, «О праздновании 200-летия со дня рождения М. Ю. Лермонтова» от 24.2011 № 674⁹) и др.

Однако вслед за празднованием юбилейных дат тема продвижения творческого имени не развивается, хотя она может стать источником новых, важных для развития региона проектов (экономического и социального плана), в том числе и культурного туризма, ныне особенно популярного.

Если рассмотреть варианты продвижения литературного творческого имени, то следует отметить, что в настоящее время насчитывается около 140 известных писателей и поэтов России, среди которых есть признанные классики мировой и российской литературы. Среди российских городов, где родились или работали известные творческие личности Нижний Новгород (Максим Горький), Воронеж (Алексей Кольцов, Иван



Никитин, Иван Бунин, Самуил Маршак, Андрей Платонов), Белев Тульской области (Василий Жуковский), Ярославль (Николай Некрасов), ст. Вешенская, Ростовской обл. (Михаил Шолохов), Таганрог (Антон Чехов, Фаина Раневская) и др.

Литературными городами в России можно назвать Москву и Петербург, среди регионов: Московскую, Воронежскую, Тульскую и Ростовскую области. Конкретные сценарии и механизмы культурно-символического позиционирования регионов в геополитическом и информационном пространстве страны находятся в зависимости от наличия культурно-символических ресурсов: людей, объектов материально-культурного наследия. Анализ популяризации творческих имён в России показывает, что программы репрезента-

ции творческих имён осуществляются вокруг традиционной семиосферы: памятника; дома, в котором родилась или проживала творческая личность; библиотек и музеев; научных мероприятий; фестивалей, которые аккумулируют как традиционные, так и современные культурно-коммуникативные практики.

При всей обширности массива публикаций по заявленной теме приходится констатировать, что обобщающих, фундаментальных работ по проблеме влияния имени на развитие региональной культуры практически нет. Нормативная база, регулирующая вопросы творческого имени невелика и представлена Гражданским кодексом РФ (18.12.2006 №230-ФЗ — Часть 4 Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации)¹⁰ и Законом РФ от 09.07.1993 №5351-1 «Об авторском праве и смежных правах»¹¹.

Мероприятия, связанные с творческими именами

Следует отметить, что в региональных культурных практиках активно используются традиции, лежащие в основе народных праздников, в большинстве своём основной упор в регионах делается на этнографический и исторический аспекты, которые привлекают наибольшее количество зрителей и участников. Например, в Ростовской области проводятся «Праздник чебака», «Донская уха», «Азовское сидение» и другие проекты, вызывающие массовый интерес. В российских регионах стали особенно популярными военно-исторические реконструкции периодов Великой Отечественной войны: «Сталинградская битва» (Волгоградская область), Миусфронт (Ростовская область), «Битва под Москвой» (Московская область). В Пермском крае, который активно развивает культуру как главный ресурс региона, реализуются многочисленные совместные региональные проекты. «Краевой проект "59 фестивалей 59 регионов" был инициирован в 2009 г. Министерством культуры, молодёжной политики и массовых коммуникаций. В течение года по всему Пермскому краю (52 события в районах и 7 — в Перми) поддерживались фестивальные события, имеющие краевой, межмуници-

пальный, межрегиональный либо международный статус»¹².

Однако литературных праздников, связанных с творческими именами, которые могли бы быть яркими событиями, имеющими международное или все-российское звучание, основой для укрепления экономического ресурса территории, в России немного. Причины определяются модой, снижением интереса к литературе, классике, недостаточно профессиональной региональной информационной политикой, слабыми коммуникациями.

Среди достаточно известных культурных событий в России — международный литературный фестиваль «Бунинский бал», международный Платоновский фестиваль (Воронежская область), «Шолоховская весна» (Ростовская область), «Сад гениев» (Тульская область) театральные фестивали «Мелиховская весна» (Московская область).



Они становятся центральными культурными событиями регионов по популяризации творческого имени, по привлечению внимания к ним населения и туристов и рассматриваются не только как поле для внедрения современных культурно-коммуникативных практик, но и как перспектива экономического ресурса территории.

Рассмотрим более подробно крупные событийные региональные мероприятия России, связанные с творческими именами.

Международный литературный фестиваль «Бунинский бал», впервые организованный в 2009 г., стал одним из самых ярких явлений в культурной и литературной жизни воронежского региона. Организаторы — Международная ассоциация писателей и публицистов и Центрально-Черноземное книжное издательство при поддержке Московской городской организации Союза писателей России. Фестиваль вообрал цикл мероприятий, прошедших на различных

площадках города: встреча творческой интеллигенции у памятника святителю Митрофану, возложение цветов и чтение стихов у памятников Ивану Бунину, Владимиру Высоцкому, Сергею Есенину, Алексею Кольцову, Осипу Мандельштаму, Ивану Никитину и Александру Пушкину; открытый турнир молодых поэтов «Стихоборье-2009»; презентации книг. Цель — стать «третьей поэтической столицей России» при наличии известных творческих имён, не осуществилась.

В Воронежской области Платоновский фестиваль с 2011 г. стал проектом по продвижению территории в мировое культурное пространство. Международный Платоновский фестиваль, цель которого собрать в Воронеже лучшие произведения разных направлений культуры. Фестивальная программа включает в себя следующие направления: «Театр», «Музыка», «Изобразительное и визуальное искусство», «Литература». Платоновские чтения — лишь часть семиотического поля фестиваля, программа которого направлена на удовлетворение культурных потребностей горожан. На фестивале проходят мастер-классы, семинары и лекции; участниками фестиваля стали российские и международные театры, оркестры, ансамбли, творческие объединения, а также отдельные деятели театрального, музыкального, изобразительного искусства.

«Платоновская программа» состоит из произведений, созданных на основе платоновского литературного наследия, либо посвящённых творчеству Платонова, в рамках этой программы проводится научное мероприятие — Платоновские чтения. Программа призвана стимулировать и развивать интерес к творческому наследию Андрея Платонова. Творческое имя стало платформой для «Основной программы», состоящей из выступлений творческих коллективов и исполнителей, демонстрации проектов, художественная значимость которых подтверждена признанием на авторитетных фестивалях, конкурсах, получивших высокую оценку профессиональной критики. «Программа актуального искусства», ориентированная на молодёжную аудиторию, — это площадка для демонстрации творческих экспериментов, поиска новых художествен-

ных средств, в ней представлены перспективные и самобытные проекты, коллективы и авторы.

Позиционирование творческого имени Андрея Платонова осуществляется через творческую площадку фестиваля, выполняющего рекреативную (компенсаторскую), коммуникативную, гносеологическую (познавательную) функции культуры.

Несмотря на то, что имя А. Платонова менее известно в России и за рубежом, чем имя И. Бунина, профессиональная маркетинговая стратегия орга-



низаторов фестиваля позволила Платоновскому фестивалю стать крупным международным событием региона, гуманитарным ресурсом устойчивого развития территории.

Фестиваль «Сад гениев. Великолепная семерка» музея Л. Толстого в Ясной Поляне является совместным проектом музея-усадьбы и сети европейских партнёрских организаций. *«В рамках этого проекта, в течение семи лет, в семи разных странах мира будут проводиться недельные литературные чтения. Каждый из дней недели будет посвящён одному, выбранному заранее, великому писателю. Главная идея проекта — привлечь внимание общества к литературе и распространению культурного литературного наследия во всем мире»*¹³.

Проходящие в рамках фестиваля кинопоказы, лекции, презентации, концерты, выставки, спектакли по произведениям «великолепной семерки» — Шекспира, Гёте, Данте, Сервантеса, Виктора Гюго и Джеймса Джойса привлекают всё больше внимания к творческому имени Льва Толстого.

Важным шагом расширения интереса к творческому имени Л. Толстого является выход за пределы зоны непосредственного влияния усадьбы «Ясная Поляна» и формирование «архипелага» мест, связанных с наследием Толстого.

Именно на территории «толстовского архипелага», в который входят старинный город Крапивна, усадьбы Никольское-Вяземское, Малое Пирогово и другие, может получить реальное развитие культурный туризм.

Государственный музей-заповедник Антона Чехова «Мелихово» (Московская обл.) в 2011 г. признан лучшим европейским музеем. Он активно популяризирует имя А. П. Чехова, создавая атмосферу чеховского времени с использованием традиционных и современных музейных практик, расширяя коммуникативное пространство благодаря проведению Международного театрального фестиваля «Мелиховская весна» и организации деятельности международного сообщества чеховских музеев и библиотек.

В Ростовской области два имени — Нобелевского лауреата, писателя М. А. Шолохова и драматурга и писателя А. П. Чехова являются репрезентантами донской территории.

Всероссийский литературно-фольклорный праздник, посвящённый дню рождения М. А. Шолохова, проходит ежегодно, 24 мая, с 1985 года. С 1987 г. праздник стал всероссийским, а в 1990 — получил статус международного. Ежегодно на фестиваль приезжают более 100 тыс. человек все, кто увлечён творчеством великого писателя, интересуется жизнью, культурой, бытом донского казачества, любит истинно народное искусство. Среди гостей — известные писатели, актёры, общественные деятели. В эти три дня в Вёшенскую со всех концов страны съезжаются профессиональные и самодеятельные коллективы, писатели и поэты, учёные-шолоховеды, актёры театров и кино.

Гости праздника становятся не только зрителями, но и участниками концертов, представлений, конкурсов певцов и танцоров, спортивных состязаний. Фестиваль охватывает всю территорию станицы и людей разного возраста. Праздник приходит в Вёшенскую с утра, как в старину, с восходом солнца и начинается с побудки: фольклорные коллективы в народных костюмах идут по улицам станицы — с песнями, плясками, шутками и прибаутками и гулянье стекается к центру станицы.

Проходят детский праздник «Вёшенские веснушки», встречи с писателями ▶

и поэтами, концерт мастеров искусств и самодеятельных коллективов Украины, Молдавии, Казахстана, Болгарии, Югославии, Италии, Франции, Австрии др. стран. На площади станицы Вёшенской разворачивается пёстрая шумная ярмарка, на которой представлены изделия народных умельцев, а в импровизированных «куренях» казаки и казачки предлагают гостям отведать донских разносолов, спеть и плясать. На трёх станичных сценах идут выступления артистов, на стадионе — состязания спортсменов в джигитовке и рубке лозы. Кульминацией праздника становится гала-концерт на главной сцене у Дона и фейерверк.

Инициатор фестиваля — Государственный музей-заповедник М. А. Шолохова, который кроме яркого ежегодного тематического события, вызываю-



щего всплеск интереса к творческому имени М. Шолохова, расширил культурно-территориальное пространство музея до охвата всей территории станицы Вёшенской. Предложения для посетителей принять участие в конных и пеших прогулках на природе, охоте и рыбалке, предоставление контактной информации о гостиницах и кафе, наличие информативного сайта, странички в социальных сетях, а также активная научная и культурно-просветительская деятельность музея подтверждают его значимое место в социокультурном пространстве станицы, района и Донского края.

В Таганроге Чеховский книжный фестиваль, ставший международным событием, является ярким свидетельством внедрения инновационных практик и коммуникаций различных городских сфер. Определение культуры как пространства собственных имён, данное Ю. М. Лотманом, подтверждается событиями из жизни А. П. Чехова: писатель, родившийся в Таганроге в 1860 г., накануне проведения грандиозной российской реформы

— отмены крепостного права, — это пример лотмановского взрыва, вторично совершившегося в период подготовки и проведения 150-летнего юбилея писателя и драматурга в 2010 году.

Лотман утверждал, что «с историко-культурной точки зрения интересно рассмотреть различные этапы искусства не в эволюционном (историческом) аспекте, а как нечто единое. В феномене искусства можно выделить две противоположные тенденции: тенденцию к повторению уже известного и тенденцию к созданию принципиально нового»¹⁴.

Повторение уже известного — это сохранение материального культурного наследия, что более свойственно музейным и библиотечным практикам, а создание принципиально нового — новые формы популяризации творческого имени А. П. Чехова, которые можно проследить в программе фестиваля.

«НЕО-Чехов» — новый международный художественный проект, который осуществляется в Таганроге с 2013 г. и является попыткой изменить традиционное восприятие писателя, как «певца сумерек». Проект «Че-экспериментальный» обозначает интерес художников, участников экспозиции, не только к личности писателя А. П. Чехова и к его произведениям, но и выступление против казённости и формализма, которые глубоко трансформировались в творчестве писателя и драматурга.

В рамках проекта «Че — экспериментальный» представляются все виды визуального творчества: живопись, графика, фотоколлажи, документальные фотографии, объекты инсталляции, серии графических листов, скульптура, пространственные композиции, арт-буки, перформансы. Многослойное пересечение текстов художников тесно переплетается с текстами зрителей, создавая новую для восприятия семиосферу Чехова.

«Таким образом, мир семиозиса не замкнут фатальным образом в себе: он образует сложную структуру, которая все время “играет” с внележащим ему пространством, то втягивая его в себя, то выбрасывая в него свои уже использованные и потерявшие семиотическую активность элементы»¹⁵.

Семиозис творческого имени А. П. Чехова, обладающий сложной структурой, не замкнут сам в себе. Он активен и

взаимодействует с разноплановым городским пространством, с объектами, носящими творческое имя, но географически находящимися вонне города-родины писателя (библиотеки, музеи).

Эту особенность необходимо учитывать в культурно-коммуникационных практиках, потому что активность объектов, носящих творческое имя (библиотеки, музеи, вузы), способствует их культурной динамике и динамике движения творческого имени.



Например, из 34 российских городов, в которых имеются библиотеки имени А. П. Чехова, только 13 городов приняли участие в 2012 г. в Международном биеннале детского рисунка «А. П. Чехов и герои его произведений», что составляет всего 38%. Столь невысокий процент говорит о потерявших семиотическую активность элементах, в частности о библиотеках имени А. П. Чехова. А также об утраченных возможностях детей познакомиться с семиосферой творческого им. А. П. Чехова в рамках подведения итогов международного конкурса (посещение в г. Таганроге музеев, библиотеки, театра, детской художественной школы, выставки рисунков победителей конкурса, пленера, знакомство с городским чеховским пространством).

Анализ ресурсов продвижения творческого имени в культурно-экономическом пространстве (на примере г. Таганрога Ростовской области) показал, что материальное культурное наследие вместе с инновационными культурно-коммуникативными практиками является основой динамики творческого имени в общекультурное городское пространство.

Если рассмотреть динамику развития объектов материального культурного наследия Таганрога (2007–2010 гг.), связанного с творческим именем писателя в рамках реализации Чеховской программы, то она такова:

- строительство нового корпуса центральной городской публичной библиотеки им. А. П. Чехова позволило увеличить площадь библиотеки в два раза и добавить дополнительные 2000 кв. метров;
- реконструкция Литературного музея им. А. П. Чехова позволила увеличить общую площадь в 2 раза, создав 2 новых отдела музея: фондохранилище и Южно-российский Чеховский научный центр;
- реконструкция Дома Чайковских (отделы нотно-музыкальной литературы и отдел иностранной литературы центральной библиотеки, созданный благодаря А. П. Чехову) позволила вернуть дому исторический вид, тем самым увеличив количество читателей и посещений туристов, особенно иностранцев в два раза;



- реконструкция скульптурного двора художественного музея, созданного по инициативе А. П. Чехова, ставшего не только новым внутренним эстетическим объектом, но и дополнительной площадкой для проведения массовых мероприятий;
- открытие южно-российского научно-культурного центра А. П. Чехова способствовало укреплению коммуникаций с чеховскими музеями страны, таганрогским педагогическим институтом им. А. П. Чехова, российским и международным научным сообществом.

Все эти обновленные чеховские объекты вызвали большой интерес в юбилейный период. Особой популярностью пользовались экскурсии. Например, в Центральной городской публичной библиотеке имени А. П. Чехова за 1-е полугодие 2009 г. состоялось 10 экскурсий, за 2-е полугодие (накануне 150-летнего юбилея) — 88, то есть число экскурсий выросло почти в 9 раз. Число посетителей библиотеки возросло со 140 чел. в день до 2140 чел., то есть увеличилось более чем в 15 раз.

Новое прочтение личности А. П. Чехова и его произведений выражается также в росте интереса к Международному биеннале детского рисунка «А. П. Чехов и герои его произведений», о чём свидетельствует увеличение стран-участниц конкурса (от 3 (Россия, Украина, Белоруссия) в 2004 г. до 36 стран мира в 2014 г.), то есть наблюдается увеличение в 12 раз.

Международный Чеховский книжный фестиваль увеличил количество своих площадок с 10 в 2007 г. до 36 в 2014 г., количество мероприятий с 20 до 55. При этом прослеживается возрастающий интерес к фестивалю со стороны туристических фирм Ростовской области и иностранных граждан.

Кинофорум «На родине А. П. Чехова» за 7 лет (2007–2013 г.г.) увеличил количество площадок с 1 до 7, соответственно, количество зрителей с 100 человек до 8 тыс. человек.

Количество мероприятий в день рождения писателя (29 января) увеличилось с 5 до 50 в результате проведения чеховской декады (20–30 января), количество площадок с 3 (музеи, библиотека, театр) до 30 (школы, учреждения культурно-досугового типа, библиотеки, больницы, музеи, театр).

Таким образом, улучшение материально-технической базы объектов и использование инновационных форм в культурно-коммуникативных практиках позволило значительно повысить интерес к творческому имени А. П. Чехова не только жителей города, но и гостей из российских регионов и зарубежья.

Творческое имя А. П. Чехова как культурное достояние, как символ территории, как историческая и культурная ценность в результате использования инновационных культурно-коммуника-

тивных практик приобретает новый смысл и расширяет культурное смысловое пространство в региональном и мировом пространстве.

Учитывая, что статика и динамика являются признаками семиотической системы, динамика чеховского имени — это взаимодействие семиотических пространств, развитие коммуникаций, которые рожают новое индивидуальное сознание, как слушателей, зрителей, читателей, деятелей культуры и искусства, так и новое профессиональное сознание исследователей и популяризаторов творческого имени.



В настоящее время использование творческого имени в региональных культурно-коммуникативных практиках в большей степени является прерогативой библиотек и музеев, использующих традиционные культурно-коммуникативные практики, среди которых: создание экспозиций, празднование юбилейных дат, проведение конференций, литературно-музыкальных вечеров, гостиных, творческих встреч и т. д.

Опыт организации одноразовых крупных событийных культурных мероприятий есть во многих регионах, но алгоритм создания и продвижения творческого имени представляет собой непрерывный процесс использования традиционных и инновационных практик с участием социологов, психологов, культурологов, менеджеров культуры и др. специалистов.

Творческое имя может быть репрезентантом территорий и способствовать их социально-экономической привлекательности при условии соблюдения системности и комплексности изучения ресурсных возможностей территорий; согласованности действий органов власти, учебных заведений, организаций, занимающихся туризмом; укреплению коммуникаций; изучению роли событийных мероприятий, связанных с популяризацией творческого имени.

имени как репрезентанта, в развитии территории.

С автором можно связаться:
cultura@tagangcity.ru

Примечания:

¹ Громова Е. Брендинг территорий / Громова Е. // Рекламные идеи. — 2011. — №6. — С. 114.

² Актуальные проблемы региональной культуры: тезисы докладов Всероссийской научно-практической конференции (г. Нижневартовск, 16 апреля 2009 г.) / отв. ред. В. И. Полищук, Е. В. Гуртов. — Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2010. — 186 с.

³ Сохранение и возрождение малых исторических городов и сельских поселений: проблемы и перспективы: Материалы IV Всероссийской конференции (г. Нижний Новгород 30–1 октября 2013 г.). — Нижний Новгород, 2013. — 109 с.

⁴ Арбекова Е. В. Белевские бренды-ресурс устойчивого развития территории (проект государственного — частного партнёрства в МО Белевский район Тульской области) / Арбекова Е. // Сб. докладов: IV Всероссийская конференция «Сохранение и возрождение малых исторических городов и сельских поселений: проблемы и перспективы» (г. Нижний Новгород, 30–31 октября 2013 г.). — С. 98–103.

⁵ Гарант: Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.garant.ru>

⁶ О подготовке и праздновании 150-летия со дня рождения А.П. Чехова: Постановление Администрации Ростовской области от 06.04.2007 №135 // Центральная городская публичная библиотека им. А. П. Чехова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://taglib.ru/chexov_postan.html

⁷ Указ Президента РФ «О праздновании 100-летия со дня рождения М. А. Шолохова» от 11.01.2002 г. №9 // Полная библиотека ГОСТов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901808364>

⁸ О праздновании 150-летия со дня рождения А. П. Чехова: указ Президента РФ: 14.02.2006 №111 // Собр. законодательства РФ. — 2006. — №8. — С. 907

⁹ Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mkrf.ru> (дата обращения: 19.12.2013)

¹⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации [федер. закон: принят Гос. Думой 18 дек. 2006 №230-ФЗ] — Часть 4 Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/79_1.html

¹¹ Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» // Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

¹² Пермский проект»: Концепция культурной политики Пермского края. — Пермь: Агентство «Творческие индустрии», 2010. — С. 14.

¹³ Скрынникова Л. И. Имя А. П. Чехова в развитии социально-культурных ресурсов региона (развитие литературного туризма в России, сравнительные характеристики с Западом) // Пятые всероссийские краеведческие чтения (Москва-Владимир, 27–28 мая 2011 г.) / Отв. ред. В. Ф. Козлов, сост. А. Г. Смирнова. — М.: Издательский центр «Краеведение», 2012. — С. 325.

¹⁴ Лотман Ю. М. Культура и взрыв / Лотман Ю. // Семносфера. — Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. — С. 133.

¹⁵ Лотман Ю. М. Культура и взрыв / Лотман Ю. // Семносфера. — Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. — С. 31.

Статья посвящена вопросам брендинга регионов Российской Федерации.

Брендинг, региональная культура, творческие имена

The article is devoted to branding of of regions of the Russian Federation.

Branding, regional culture, creative names

Бренд-проект Тульской областной детской библиотеки

Краеведение всегда являлось одним из приоритетных направлений в работе Тульской областной детской библиотеки. Прошлое и настоящее края нередко становятся темой многочисленных библиотечных мероприятий.

Воспроизводство культурной памяти народа, подчас осуществляется в формах, как будто бы далёких от библиотечных реалий.

Русская усадьба — это историко-художественная и историко-культурное явление.

Появление усадьбы относится к глубокой древности, и долгое время не было существенной разницы в усадебном укладе её владельцев. История дворянских усадеб (места проживания и хозяйствования землевладельца, его семьи и близких, слуг и дворовых людей) на протяжении двух веков претерпела большие изменения: от постепенного движения к расцвету и упадку усадебного быта и культуры.

В Тульской области известны усадьбы А. Болотова, Г. Бобринского, А. Толстого, В. Д. Поленова.

Теме «Русские усадьбы» посвящена информационно-краеведческая программа «Усадьбы Тульского края — жемчужины России».

Программа разработана заведующей сектором краеведения Митиной Татьяной Сергеевной.

Цель программы — расширить и углубить знания читателя по краеведению, при-

влечь подростков к самостоятельной поисковой работе, научить работать с документальными, документально-художественными материалами.

Задачи программы:

- вовлечение читателей ТОДБ в изучение Тульской усадьбы;
- сбор фактографического, исторического, этнографического; культурологического и др. материала по Тульским усадьбам;
- развитие исследовательских, творческих, просветительских навыков у участников проекта;
- изучение истории усадьбы и её владельцев, географии, природно-хозяйственной, культурной деятельности Тульской усадьбы.

В проекте участвуют детские библиотеки Богородицкого, Ленинского, Заокского, Щёкинского, Тепло-Огорёвского, Венёвского, Одоевского, Белёвского и других районов.

В рамках программы объявлен областной конкурс исследовательских работ и презентаций среди читателей детей и детских библиотек Тульской области «Тульские усадьбы — жемчужины России». В рамках программы планируется проведение массовых мероприятий.

Дни краеведения:

- «Культурно-исторические центры Тульского края» (Ясная Поляна, Богородицк, Тула, Поленово, Богучарово и др.);
- Русская усадьба как хозяйственный, природный и культурный комплекс».

Уроки и часы краеведения, циклы занятий:

- Русская провинциальная старина (культура и быт Тульской губернии);
- Городская усадьба и город Тула;
- Тайна дворянства В. А. Жуковского;
- Усадьба А. Т. Болотова в Дворянинове;
- Богучаровская усадьба А. С. Хомякова;
- В. А. Левшин один из родоначальников краеведения в Тульском крае;
- Род Пушкиных и Тульский край;
- Богородицкий дворец — жемчужина России;
- Никольско-Вяземское и Тульский край и др.

Выставки. Обзоры:

- Тульские усадьбы — жемчужины России;
- Тульский энциклопедист А. Т. Болотов;
- В. А. Жуковский и Тульский край;
- Свет Ясной Поляны;
- Поленово — жемчужина природы.

Викторины:

- Культура и быт дворянских усадеб;
- А. Т. Болотов — тульский энциклопедист;
- Толастой — это целый мир.

Дни информации, рекомендательные списки, пособия, дайджесты.

Будет подготовлен библиографический путеводитель «Тульские усадьбы — жемчужины России».

Зоя Дмитриевна Серебренникова, заместитель директора по библиотечной работе Тульской областной детской библиотеки



Именные библиотеки призваны стать лучшими

Солисты оперного театра исполняют классические романсы; после них в зал впрорхнули девушки и юноши в бальных нарядах и закружились в ритмах вальса, польки; на столах — блюда с необычными и красивыми закусками, сопровождаемыми аннотацией с наименованием и описанием старинного рецепта приготовления и названием произведения А. С. Пушкина, в котором они упоминаются. А участники этого мероприятия сидят за столиками, покрытыми скатертями, в центре которых — свеча в «старинном» подсвечнике. Слишком светло днём! Свечи не горят, но от этого атмосфера не становится менее завораживающей, и кажется, что вот-вот в зал войдёт сам поэт, чье имя так часто здесь звучит. Мы — в центральной городской библиотеке им. А. С. Пушкина г. Челябинска. На календаре — 26 сентября 2014 года. В библиотеке проводится Мастер-класс для библиотечного персонала именных библиотек «И будут вечно жить их имена...», который организовали Челябинская областная универсальная научная библиотека и ЦБС города Челябинска.

РЕЗУЛЬТАТОМ изменившегося профессионального библиотечного мировоззрения последних десятилетий стал зародившийся интерес к вопросу об имени библиотеки. При этом не только в библиотечной профессиональной среде, но и в общественном сознании: так, в 2005 г. по итогам исследования в ЦБС г. Тамбова специалисты сделали вывод: «... наши читатели всерьёз озабочены необходимостью уходить от безликих, “номер-

ных” обозначений учреждений культуры. В результате опроса были получены многочисленные предложения, как именно можно назвать библиотеку. В основном это имена писателей — классиков и знаменитых людей города»¹.

Какое имя носит библиотека? Что значит имя для библиотеки? Должна ли библиотека иметь особое имя и сохранять его?

Одним из первых к этой проблеме обратился Г. А. Мельничук, проанализировавший, сколько библиотек России имеют имя, какие это библиотеки, в честь кого они названы. В процессе исследования были выявлены сведения о 5147 библиотеках, из которых 490 имеют имена, что составляет 9,52%, и сделано заключение о том, что присвоение имени библиотекам — ресурс далеко не исчерпанный².

По мнению специалистов, исследующих новую проблему, одним из побудительных мотивов возникшего интереса стало развитие инновационных моделей библиотек — в первую очередь, библиотек мемориального типа и библиотек-музеев. Имя видного писателя, философа, учёного, являющегося одним из символов национальной или региональной, местной культуры, становилось зримой основой для демонстрации верности библиотеки просветительским традициям или позиционирования себя как полистилистического института, сочетающего роли библиотеки, музея, исследовательского комплекса³. Эта тенденция сохраняется до сих пор, о чём свидетельствует практика: «... сотрудники ростовских библиотечно-информационных центров признались, что интерес к малопопулярным именам их

В системе общедоступных библиотек, как городских, так и сельских, наиболее распространённой практикой идентификации библиотек-филиалов с советских времен является их «номерное» поименование.



Валентина Григорьевна Абрамовских, заведующая научно-методическим отделом Челябинской областной универсальной научной библиотеки



Леся Васильевна Сокольская, доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности Челябинской государственной академии культуры и искусств, кандидат педагогических наук

библиотек значительно возрос именно после активизации мемориальной деятельности»⁴.

Другим побудительным мотивом для изучения феномена имени стало возрождение библиотечного краеведения как следствие изменения социально-политической ситуации в стране: в ходе поисковой работы библиотекари выясняли неизвестные факты о роли того или иного человека, знаменитого и не очень, в истории края⁵.

Нельзя не заметить, что именно в эти годы библиотеки пристально стали заниматься проблемой формирования своего нового имиджа, что, среди прочего, вызывало интерес и к теме профессиональной разработки имени организации.

Имя как символ и бренд

В результате актуализации исследовательского и практического значения фактора имени библиотеки С. Г. Матлиной было установлено его место в комплексе научной проблематики: под названием «библионирика» в качестве раздела ономастики⁶.



Выступает В. Г. Абрамовских

Анализ совокупности высказываний по вопросу об имени библиотеки требует конкретизации самой постановки вопроса. Сегодня в нем явно прослеживаются два акцента: 1. в понимании имени библиотеки как её названия; 2. в понимании имени библиотеки как имени персоны, присвоенного библиотеке. В определённом смысле первая позиция более широкая и вполне поглощает и вторую. Однако если во втором случае имя библиотеки всегда является её юридическим именем, то в первом — не обязательно: сегодня наблюдаются случаи использования звучных, запоминающихся названий библиотек только в качестве «домашних», например: «Мы [ЦБС г. Североморска] ушли от офици-

альных названий (№ 1, №2 и т. п.) и присваиваем нашим учреждениям так называемые домашние имена. У нас есть «Тёплый дом на Сизовке», «Книжный дом в Чалм-Пушке», «Библиотечные Черемушки», «Книжная гавань», «Библиосолнышко», «Библиосфера»⁷. К слову, подобная практика распространилась в последние годы и в ЦБС г. Челябинска, где появились библиотеки с названиями «Радуга», «Камертон», «Собеседник», «Ровесник», «De wisu», «На Трудовой», «Шершневецкая» и др.

Все современное многообразие названий библиотек с точки зрения их типизированных вариантов образования С. Г. Матлиной классифицировано по таким основаниям как: 1. в основе названия — прецедентное имя (широко известное в стране или в регионе имя собственное); 2. содержательно-смысловое обозначение приоритетного направления деятельности библиотеки; 3. условно-символическое обозначение библиотеки; 4. топографический признак, отражающий местонахождение библиотеки; 5. имена мемориальных библиотек, в наименование которых входит слово «Дом». При этом сделан принципиальный вывод о том, что «Авторитетное, имя библиотеки становится тем культурным ресурсом, который работает на её репутацию, повышает имидж в глазах населения. Наконец, выделяет её среди прочих библиотек. Последнее обстоятельство становится одним из ведущих, если не самым главным фактором, который обуславливает повышенное внимание к вопросу наименования и переименования библиотек»⁸.

Отвечая на вопрос о значении имени для библиотеки, С. Г. Матлина акцентирует понимание лингвистами главной роли имён собственных, состоящей в выделении предмета из круга ему подобных, и приводит убедительный довод Ю. Н. Столярова о том, что на индивидуальном уровне библиотеку в наибольшей степени идентифицируют не обобщающие характеристики, а наоборот, выделяющие из совокупности подобных: «Главной такой характеристикой, по мнению учёного, служит уникальное имя. Именно оно даже на первоначальном уровне знакомства с библиотекой становится основой интереса к ней, позволяет идентифици-

ровать её со спектром определённых услуг и возможностей»⁹. Сам же Ю. Н. Столяров по этому поводу говорит: «Вот почему обиходная речевая практика, которой присущи и речевая экономия чувств, стихийно сопротивляется официальным псевдонаучным названиям»¹⁰. Как тут не припомнить недавний случай обсуждения в интернете ситуации, когда одна из вузовских библиотек получила название НОБИ-центр (Научно-образовательный библиотечно-информационный центр). Как только по этому поводу не пронизировали читатели, предположив, что сотрудники библиотеки теперь будут называться то ли нобитекарями, то ли нобитянами.



Клуб исторического танца

Помимо идентификационной функции, имя библиотеки «по определению» закрепляет в общественном сознании память о достойном человеке, при этом библиотека, «взяв» себе его имя, вольно и невольно берёт на себя обязательства по сохранению и воспроизводству системы ценностей данной личности. Этот факт давно замечен маркетологами¹¹ и позволяет нам утверждать, что библиотека в этом случае невольно наделяет себя человеческими свойствами, которых вправе ожидать от неё и читатели.

Имя библиотеки, как и человека, может выступать эмоциональным и звуковым раздражителем, то есть фактором психологического воздействия на человека в прогнозируемом библиотекой направлении. Одним из важнейших смыслов имени библиотеки является его энергетический потенциал для её содержательного и организационного развития.

Следовательно, через имя библиотека может транслировать свою миссию, содержание своей общественной значимости и полезности деятельности. Эффективное использование библиотекой

своего имени провоцирует ситуацию его восприятия как бренда в понимании «статус, известность, репутация» в глазах пользователей.



Мазурка

И. А. Гильфанова, размышляя над вопросом «Что значит имя для библиотеки?», приходит к заключению о том, что имя привлекает пользователей; укрепляет статус, облагораживает, выделяет из числа похожих; защищает библиотеку (уточним: в качестве производителя товара, услуги библиотека попадает под действие закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименований мест, происхождение товаров»; название библиотеки — это словесный товарный знак, который отличает одну библиотеку от другой, защищает от подделок и других видов нелегального использования торговой марки¹²); объединяет библиотеки: так имена Ф. Ф. Павленкова, А. С. Пушкина, А. П. Чехова, А. П. Гайдара объединили библиотеки в Содружество (дополним: есть новые подобные инициативы, например, движение алексеевских библиотек, объединяющее библиотеки России любой ведомственной принадлежности и всех форм собственности, имеющих в своём названии (Алексеево, Алешково и т. д.) или любых других сопричастиях (имя или отчество библиотекаря, известный земляк с соотносящимся именем, фамилией и др.) разнообразные производные от имени Алексей и т. д. Начали этот проект Алексеевская модельная библиотека Башкирии и Алексеевская модельная библиотека Белгородчины¹³); помогает найти идею для развития, то есть задаёт оригинальные содержательные направления и формы развития библиотеки¹⁴.

Таким образом, имя библиотеки может и должно выступать её символом и брендом. По мнению В. Суворовой, главного специалиста Научного центра

развития библиотечно-информационного дела ЦУНБ им. Н. А. Некрасова, «Бренд — это стимул не стоять на месте, а развиваться. Если своё имя не отстаивать постоянно, могут и потеснить»¹⁵. Следовательно, есть необходимость активно исследовать тему в выявлении содержательных и организационных ресурсов имени библиотеки.

Именно это обстоятельство и инициировало организацию мастер-класса для библиотечного персонала именных библиотек Челябинской области. ЦБ им. А. С. Пушкина областного центра не случайно была выбрана местом его проведения. 65 лет имя поэта является путеводной звездой библиотеки, определяющей как содержание деятельности (глубокое уважение к отечественной словесности, верное служение ей), так и многие организационные моменты деятельности. Библиотека известна работой по «пушкинским» проектам, сотрудничеством с Пушкинским обществом, проведением «Пушкинских сезонов», городского Пушкинского фестиваля «Тебе, о Пушкин, наш поэт!», организацией в структуре библиотеки «Пушкинского зала», формированием фонда Пушкинианы, созданием фонда информационных ресурсов по Пушкину и о Пушкине, организацией клуба любителей поэзии «Поэтическая среда» и многим другим. Именем Пушкина наполнена вся атмосфера библиотеки: в холле, на фоне парка (или садов Царского лица?) — чугунная скамейка, на которой так легко представить сидящего поэта, а вот — выставка его поэзии: здесь так гармоничны рядом с книгами гусиное перо, веера и бальные перчатки... Лёгкий профиль поэта — на эмблеме библиотеки и всей её печатной продукции.

Не случайно выступления сотрудников этой библиотеки на Мастер-классе — заместителя директора О. И. Никитиной по теме «“Есть память обо мне”»: интерактивное знакомство с ЦГБ им. А. С. Пушкина», заведующей краеведческим отделом Е. Г. Истоминой «Виртуальное путешествие по Пушкинским местам г. Челябинска», заведующей отделом социально-гуманитарной литературы О. Ф. Солодовниковой «Библиотечная Пушкиниана», заведующей справочно-информационным отделом И. Г. Тингаевой «Paint-Пушкин» и других — стали демонстрацией возможностей совре-

менного развития именной библиотеки.

При том, что специалисты региона осознают проблему имени библиотеки во всей её полноте, на данном этапе речь, прежде всего, идёт именно об именных библиотеках, не всегда владеющих методикой работы по использованию всего потенциала своего имени, по его осмыслению в качестве символа и бренда библиотеки.

В Челябинской области из 904 библиотек только 46 (5%) являются именными, что, безусловно, мало. Для примера: в Москве 450 библиотек, и 50% из них являются именными. Понятно, что жизнь русских писателей и поэтов так или иначе связана со столицами: Москвой и Санкт-Петербургом. В столичных



Посвящение Пушкину

городах сохранились особняки, в которых жили классики русской литературы. В некоторых сейчас размещаются библиотеки (Дом Гоголя, Лосева и другие). Эти библиотеки и помещения являются мемориальными и охраняются Законом РФ о памятниках культуры.

Челябинская область — молодое территориальное образование: в январе 2014 г. ей исполнилось 80 лет. Однако у нас есть свои писатели и поэты, известные всей России, и библиотеки по праву могут носить (и носят!) их имена (Л. Сейфулина, П. Смычагин, Е. Фёдоров, Л. Татьяничева и многие другие).

Хроника именных библиотек в Челябинской области

Отсчёт истории именных библиотек нашей области начался в начале ▶

XX века с открытия народных изб-читален; Ф. Ф. Павленков, книгоиздатель и книгораспространитель из Санкт-Петербурга, завещал открыть 2000 библиотек в разных удалённых от центра уголках России. Его завещание было выполнено и в нашем регионе. Всего на территории Челябинской области 14 библиотек, носящих имя Ф. Ф. Павленкова: Межевская, Тюлюкская, Тубелякская, Даутовская, Биликульская сельские библиотеки, Кусинская, Саткинская районные, Юрюзанская центральная городская и др.

После Октябрьской революции начинается новый период появления именных библиотек: в 1920 г. городской библиотеке (ныне — ЦГБ) г. Кыштыма присвоено имя Б. Е. Швейкина — одного из первых уральских партийных ра-



С героями Пушкина за одним столом

ботников, революционера; в 1924 г. имя писателя Ш. Бабича присвоено татаро-башкирской библиотеке г. Челябинска, с 1932 г. Профсоюзная библиотека ЧТЗ (ныне филиал № 32 ЦБС г. Челябинска) носит имя М. Горького; это же имя в 1934 г. присвоено детской библиотеке г. Челябинска (ныне ЦГДБ); с 1940 г. имя Я. Гашека носит одна из челябинских библиотек. Всего до 1941 г. на территории нынешней Челябинской области было 19 именных библиотек.

За период 1945–1991 гг. ещё 7 библиотек региона были присвоены имена: в 1949 г. — имя А. С. Пушкина городской библиотеке г. Челябинска; имя А. Гайдара в 1954 г. детской библиотеке г. Челябинска и в 1959 г. детской библиотеке г. Еманжелинска; в 1960 г. имя Ю. Либединского — ЦГБ г. Миасса; в 1963 г. имя М. Горького — ЦБ г. Снежинска; в 1963 г. имя П. Бажова — детской библиотеке г. Снежинска; в 1980 г. имя Б. Ручьева — ЦГБ г. Магнитогорска.

Период с 1991 г. по настоящее время является наиболее активным в присвоении имен библиотек области: всего 18

библиотек получили имена, при этом 15 — после 2000 года. Современный опыт нашей области по присвоению имени библиотеке говорит о том, что чаще выбирают имена, связанные с конкретной территорией или регионом. Примером тому могут служить имена уральских литераторов Б. Ручьева, М. Люгарина, Н. Кондратовской, А. Горской, Л. Татьяничевой, В. Кузнецова, Н. Шилова и т. д.; либо имена людей, уроженцев территории или работавших на территории, чья деятельность — трудовая, военная и др. — высоко отмечена государством. Например, в 2011 г. детской библиотеке №17 г. Челябинска присвоено имя В. Н. Гусарова — директора ЧЭМК, почётного гражданина г. Челябинска, лауреата Государственной премии; в 2012 г. Арслановской сельской библиотеке присвоено имя Фахрутдинова Шамси Мухамета — участника Великой Отечественной войны, награжденного двумя орденами, 45 лет проработавшего в этой библиотеке, заслуженного работника культуры; сегодня в этой библиотеке продолжает трудиться его внучка — Рания Равиловна.

Достаточно примеров в нашей области, когда в лучших традициях отечественного библиотечного дела библиотекам и в наши дни присваиваются имена русских и советских классиков: в 2010 г. — имя С. Аксакова присвоено детской библиотеке г. Трёхгорного, в 2011 г. имя С. Михалкова — детской библиотеке №4 г. Магнитогорска, в 2012 г. имя М. Карима — Усть-Багарякской сельской библиотеке, в 2013 г. имя Л. Преображенской — детской библиотеке №10 г. Челябинска и др.

Есть у нас в регионе и уникальный случай: с 2012 г. одна из библиотек г. Магнитогорска называется «Библиотека Крашенинникова» — в честь П. В. Крашенинникова, мецената данной библиотеки, сенатора, юриста.

Привилегия и ответственность

Иметь авторитетное имя, как уже отмечалось, чрезвычайно важно для библиотеки, однако не менее значимо — достойно жить с ним, реализовать в своей деятельности все его возможности. Многие именные библиотеки Челябинской области озабочены проблемой продвижения своего имени, пропагандой творчества персоны.

Так, уже 94 года старейшая библиотека города Кыштыма носит имя революционера Б. Е. Швейкина. К чести коллектива библиотеки (директор Т. М. Давыдовская), они бережно хранят память о земляке, скрупулезно собирают архивные материалы, оформили фотоальбомы, где представлены фотографии Б. Е. Швейкина, его семьи, письма из ссылки. Библиографом библиотеки подготовлен и издан рекомендательный список литературы «Жизнь — равная подвигу». В читальном зале оформлен постоянно действующий просмотр фотографий и документов, посвящённых Швейкину. Во время экскурсий по библиотеке демонстрируется презентация «Его имя носит наша библиотека». В фойе первого этажа библиотеки с 70-х гг. прошлого столетия стоит бюст Б. Е. Швейкина. Именно с этого места начинаются экскурсии по библиотеке. Библиотекари ЦГБ считают своей почётной обязанностью ухаживать и содержать в надлежащем виде могилу революционера. В планах библиотеки — оцифровка архивных материалов, их размещение на сайте.



Участники мастер-класса

Интересно и многопланово работает филиал №6 им. М. Люгарина ОГБ г. Магнитогорска (зав. филиалом Н. М. Орлова). Коллектив библиотеки организует Люгаринские чтения, Литературные сезоны, отражает творчество М. Люгарина в библиографической продукции, представляет его на сайте ОГБ. Работа проводится со студентами вузов и интеллигенцией города. Мероприятия такого формата требуют большой энергии и заинтересованности.

На церемонию присвоения имени С. Михалкова детской библиотеке г. Магнитогорска прибыли представители Российского Фонда Культуры, жена С. Михалкова — Юлия Субботина-Михалкова, артисты, писатели, ко-

торые поделились воспоминаниями о Сергее Владимировиче, вручили призы детям, подарили подарки библиотеке — более 300 современных изданий, в том числе электронных. Участникам был продемонстрирован фильм Никиты Михалкова «Отец», представлена уникальная коллекция книг международного Совета по детской книге «Лучшие детские книги мира»: 164 книги на 44 иностранных языках, из 54 стран мира. Такая акция позволила привлечь внимание общественности, жителей города к детской библиотеке. Сегодня библиотека С. Михалкова является центром выявления детских талантов. Талантливые дети вместе с родителями побывали в Москве, а их рисунки вошли в юбилейные издания С. Михалкова.

10 шагов к имени

Обобщая опыт именных библиотек нашей области и РФ, следует выделить формы и методы, на которые библиотеки делают упор в этой деятельности: формирование именного книжного фонда; выставочная работа: пропаганда творчества писателя и литературы о нём; информационная деятельность; создание электронных ресурсов персоны; издания библиотечных указателей, закладок, дайджестов, материалов конференций, методических пособий; проведение конференций, чтений; широкие партнёрские связи с музеями, театрами, университетами, музыкантами, художниками, общественными фондами и т. д.; участие в международных и российских акциях; юбилеи писателей и книг.

Сегодня у всех библиотек нашей области равные возможности, так как все они компьютеризированы, имеют выход в интернет. Созданы все условия для именных библиотек следовать лучшему опыту подобных библиотек Челябинской области и РФ. Чрезвычайно важно, чтобы идей иметь свое особое имя вдохновились руководители библиотек региона. Для её реализации необходимо совершить 10 шагов:

- инициатива, выбор имени, составление плана действий;
- ходатайство перед депутатским корпусом о присвоении имени библиотеке города (района); подготовка и предоставление необходимых документов депутатам: ходатайство, библиографическая справка о персоналии и справка о работе библиотеки;
- подготовка руководителем библиотеки приказа о присвоении имени и назначение ответственных за конкретные участки работы;
- отбор книжного фонда, его изучение; отражение литературы о персоне в СБА;
- оформление стенда, витрины, уголка, посвящённого имени; приобретение портрета или бюста персоны;
- оформление страницы на сайте библиотеки или ЦБС, информация о наличии в библиотеке литературы автора и литературы о нём;
- издательская деятельность, связанная с именем (указатели, закладки, дайджесты, путеводители);
- работа с партнёрами;
- написание сценария праздника, составление списка приглашённых, в том числе вип-персон;
- праздник, информация в СМИ.

Библиотеки, носящие имена, должны чтить память писателей, поэтов, журналистов, земляков и популяризовать их жизнь и деятельность. Именные библиотеки должны стать лидерами в библиотечном сообществе, что позволит выйти с предложениями в РБА о создании секции именных библиотек. Предстоит большая, кропотливая работа — как именным библиотекам, так и методическим центрам области.

Собирать и бережно сохранять наследие великих людей, времени, в котором они жили, передавать это наследие современникам и будущим поколениям — важная миссия. Этой задачей на протяжении веков руководствовались лучшие представители российской интеллигенции. Сообщество именных библиотек должно стать лучшим профессиональ-

ным сообществом, генерирующим инструментом для библиотек области.

С авторами можно связаться:
metod@chelreglib.ru
isokolskaya@mail.ru

Примечания:

¹ Рязанцева Л. М. «Библиотека: взгляд в будущее» — исследование общественного мнения / Л. М. Рязанцева // Библиотечное дело — XXI век : науч.-практ. сб. 2005. — №1. — С. 135.

² Мельничук Г. А. Ономастика библиотек (постановка вопроса) / Г. А. Мельничук // Библиотека в контексте истории: материалы VI междунар. науч. конф., Москва, 4–5 окт. 2005 г. — М.: Пашков дом, 2005. — С. 300–312.

³ Матлина С. Г. «Нам остаётся только имя...»: имя как символ и бренд б-ки / С. Г. Матлина // Библиотечное Дело. — 2008. — №24. — С. 2.

⁴ Кравченко М. В. Мемориальная экспозиция: от целеполагания к синкретизму / М. В. Кравченко // Современная библиотека. — 2013. — №7. — С. 34.

⁵ Матлина С. Г. Указ. соч. С. 2.

⁶ Матлина С. Г. Библионимика. Имя как символ и бренд библиотеки : (постановка проблемы) / С. Г. Матлина // Науч. и техн. б-ки. — 2007. — №4. — С. 5–14.

⁷ Чеботарева Н. А. «Библиообраз»: новый взгляд / Н. А. Чеботарева // Современная библиотека. — 2012. — №10. — С. 34.

⁸ Матлина С. Г. «Нам остаётся только имя...»: имя как символ и бренд б-ки / С. Г. Матлина // Библиотечное дело. — 2008. — №24. — С. 2.

⁹ Там же.

¹⁰ Столяров Ю. Н. Опыт классифицирования библиотек по логическим и системным основаниям / Ю. Н. Столяров // Библиотековедение. Избранное. 1960–2000 годы / Ю. Н. Столяров. — М.: Пашков дом, 2001. — С. 201.

¹¹ Никитин М. И. Вот и вышел человек! (об использовании «персонализирующей» и «персонализирующей» лексики в мароч. назв.) / М. И. Никитин // Реклама. Теория и практика. — 2010. — №1 (37). — С. 40–46.

¹² Белова Е. Как назвать бренд / Е. Белова // Рекламные технологии. 2006. — №8. — С. 40–41.

¹³ Рожкова Н. П. Модельные библиотеки Белгородчины: от поиска смысла к обретению формы. Что дальше? / Н. П. Рожкова // Библиотечное дело. — 2012. — № 21. — С. 6–11.

¹⁴ Гильфанова И. А. Библиотека и ее имя: повод для размышлений / И. А. Гильфанова // Сб. метод.-библиогр. материалов. — Екатеринбург, 2000. — Вып. 13. — С. 59–61.

¹⁵ Суворова В. Библиотека: известность, репутация, бренд / В. Суворова // Вестник библиотек Москвы. — 2009. — №1. — С. 8.

В статье поднимаются различные вопросы библиотечного брендинга.

Брендинг, имя библиотеки, Пушкин, Челябинская областная универсальная научная библиотека

The article is devoted to various aspects of library branding.

Branding, library name, Pushkin, Chelyabinsk Regional Universal Scientific Library



ГАЛИНА АНДРИЯНОВА

Орловская строка в биографии Гайдара

Конкурсы, литкроссинг и квест-игра



В июне 2014 года состоялся III Международный слёт «Мы носим имя Гайдара», посвящённый 110-летию писателя. В нём приняли участие представители библиотек, школ, музеев и штабов, носящих имя А. П. Гайдара, со всей России.



Галина Васильевна Андриянова, заведующая филиалом №14 им. А. П. Гайдара МКУК «Централизованная библиотечная система города Орла»

ОРГАНИЗАТОРАМИ слёта выступили департамент культуры г. Москвы, ГБУК «Центральная городская детская библиотека им. А. П. Гайдара» г. Москвы, администрация г. Арзамаса Нижегородской области и Литературно-мемориальный музей А. П. Гайдара. Гайдаровка из Орла впервые приняла участие в этом масштабном мероприятии.

Торжественное открытие слёта состоялось в Москве, где делегатов приветствовали представители департамента культуры города, директор детской библиотеки им. А. П. Гайдара — Т. Ю. Калашникова, а также гости: писатель, биограф А. П. Гайдара — Борис Николаевич Камов; писатель, журналист Б. Д. Минаев; В. А. Ярошенко, журналист, издатель, член правления фонда Е. Гайдара и правнучка писателя — Мария Егоровна Гайдар. Из выступлений мы узнали много новых и интересных, а также малоизвестных фактов из жизни и творчества писателя. Каждому делегату были подарены книги, изданные к 110-летию писателя, в которых известные писатели, литературоведы, журналисты, библиотекари и дети размышляют о жизни и творчестве А. П. Гайдара, о влиянии творчества и личности писателя на современного читателя.

Второй день слёта проходил в Арзамасе. Была организована экскурсия в литературный музей А. П. Гайдара и Центральную детскую библиотеку им. А. П. Гайдара. Очень познавательным оказался круглый стол «Мы носим имя Гайдара», где каждый участник рассказывал не только о своём городе и библиотеке, но и делился самым интерес-

ным, новым в продвижении творчества А. П. Гайдара.

Гайдар Орловский

Орёл — город с богатой историей. Он был основан в 1566 году как крепость для защиты южных границ Русского государства.

Орёл — Город Первого салюта, Город Воинской славы. Причём этого высокого почётного звания он был удостоен одним из первых в России, в 2007 г., наряду с Курском и Белгородом. И это отнюдь не случайно. Орловский край на протяжении столетий был ареной многих исторических событий. Не раз именно здесь решалась судьба России. За столетия орловцы вписали много славных страниц в ратную летопись страны. В 2016 г. город Орёл будет отмечать 450-летие, и уже сейчас идёт большая работа по подготовке празднования этого юбилея: ремонтируются театры, улицы, реставрируются набережные, мосты, строятся новые школы и детские сады.

Орловский край — родина писателей И. С. Тургенева, Л. Н. Андреева, М. М. Пришвина, А. А. Фета, философа М. М. Бахтина, историка Т. Н. Грановского, актрисы Г. Н. Федотовой. С Орлом связана жизнь и творчество И. А. Бунина, Н. С. Лескова, А. Н. Апухтина. Из десяти городских музеев шесть — литературные, а Орёл называют третьей — после Москвы и Петербурга — литературной столицей России.

Библиотечно-информационное обслуживание 318 тыс. жителей Орла осуществляют 18 библиотек Централизованной библиотечной системы: Центральная городская библиотека им. А. С.

Пушкина, Центральная детская библиотека им. И. А. Крылова, юношеская библиотека, два Библиотечно-информационных центра, 13 филиалов, обслуживающих детей и взрослых, в число которых и входит наша детская библиотека филиал №14 им. А. П. Гайдара.

Библиотека была открыта 46 лет назад, по приказу горисполкома от 6 января 1968 г., и сразу же ей было присвоено имя детского писателя Аркадия Петровича Гайдара. Для читателей библиотека открыла свои двери 5 марта 1968 г. — к Международному женскому дню. Особых торжеств не было. Книжный фонд библиотеки составлял 8000 книг. На открытие пригласили учащихся из школы №1. Они стали первыми читателями. А затем в библиотеку пришли ребята из всех школ и детских садов Советского района города.



Имя А. П. Гайдара было присвоено библиотеке не случайно. Орловские ребята очень любили этого писателя, зачитывались его книгами, о чём свидетельствуют изыскания энтузиаста литературного краеведения Бориса Осыкова, опубликованные на страницах газеты «Орловская правда».

22 февраля 1921 г. семнадцатилетний краском Аркадий Голиков, досрочно выпущенный Высшей стрелковой школой, уезжал из Москвы с поездом только что назначенного командующего Орловским военным округом... 1 марта, уже из Воронежа, он писал отцу: «Дорогой папа! Пишу тебе из Воронежа, с Юго-Восточного вокзала, на запасном пути которого стоит наш вагон. Я недолго здесь пробыл, но у меня произошло уже довольно много перемен по службе. Был командиром батальона 10-й дивизии, чуть-чуть не попал в Шигры в гарнизон б-й, а сейчас сижу и размышляю над той работой, которая предстоит с завтрашнего дня мне, вступающему в командование 23-м за-

пасным полком, насчитывающим около 4-х тысяч иттыков...»

Побывал ли он за те две недели в Орле? Если и был, то совсем недолго, проездом. Неподалеку от орловских мест — в Центральном Черноземье Аркадий Голиков командовал сначала запасным, а затем и боевым — 58-м Нижегородским отдельным полком по борьбе с бандитизмом.



Вот, казалось, и оборвалась, едва обозначившись, «орловская ниточка» в биографии А. П. Гайдара.

Прошло восемь лет. В Архангельск, где в то время жил и работал в газете «Правда Севера» Аркадий Петрович, стали приходить письма с орловским почтовым штемпелем. В Орёл перевели мужа сестры Гайдара, армейского политработника.



И ещё одно письмо — тоже из Орла. Оно появилось в 1936 г. на страницах журнала «Детская литература».

«Дорогой товарищ Гайдар!»

Во время зимних каникул мы проводили в Центральной библиотеке литературное утро, посвящённое Вашим произведениям. Это вызвало у нас сильное желание написать Вам письмо. Нам захотелось сказать Вам, что мы очень любим Ваши произведения.

Мы зачитываемся Вашей книгой «Школа» и недавно обсуждали «Военную тайну». Эту книгу мы очень любим. Она волнует нас, но мы хотели бы знать, что стало потом с Ганиным и Наткой, осталась ли Натка на пионер-

работе. Хотели мы также узнать подробнее про мать Альки, хотели, чтобы больше раскрылась тайна, чтобы заглавие стало яснее, и хотели, чтобы по этой книге был поставлен кинофильм. Нравится нам то, что Вы современную жизнь и советских детей описываете. Шлём Вам горячую благодарность за хорошие книжки и с нетерпением ждём Ваших новых произведений. Пишите нам книги, которые научили бы нас защищать нашу любимую Родину, наше счастливое детство и юность, о том, как нам стало жить лучше и веселее. И ещё мы очень просим Вас приехать в г. Орёл. Мы никогда не видели ни одного живого писателя, портретов даже нет в продаже. Дети больших городов Москвы, Ленинграда счастливее нас. Они встречаются с писателями, беседуют с ними, а мы не имеем этой возможности. А чем мы хуже их? Мы не меньше их читаем, любим и ценим Вас и Ваши произведения. У нас в Орле больше 15 тысяч школьников, и Ваш приезд был бы для нас праздником... После этого приезда Ваше имя станет ещё более известным и любимым детьми по всей нашей области. С нетерпением ждём Вашего приезда и Вашего ответного письма...

С горячим приветом актив библиотек им. Крупской, им. Пушкина и им. Тургенева». И подписи в столбик.



Гайдар ответил быстро. Обратился он к юным читателям и библиотекарям из Орла со страниц журнала:

«Дорогие товарищи!»

Был, конечно, очень рад получить ваше письмо. В первом номере журнала «Пионер» вы прочтёте мой последний рассказ «Голубая чашка», а осенью вы уже, вероятно, будете читать мою повесть «Талисман», над которой я сейчас крепко работаю.

В Орёл вы меня пока лучше не зовите, потому что эта поездка оторва-

ла бы меня от работы. Чем смотреть на меня, вы лучше скорее посмотрите на мою новую книжку. Книги у меня все разные, а сам я всегда одинаковый.

Я послал вам длинное письмо с ответом на все ваши вопросы в адрес вашей центральной детской библиотеки.

Шлю дружеский привет.

Арк. Гайдар»

Но, к сожалению, судьба «длинного письма с ответами на все вопросы», посланного писателем в начале 1936 года в Орёл, нам не известна.

Непреходящая ценность, неизменная любовь

С годами изменилось многое: увеличился книжный фонд библиотеки, его содержание. В работе активно используются современные информационные технологии. Наша Гайдаровка сегодня — это полный комплекс библиотечных

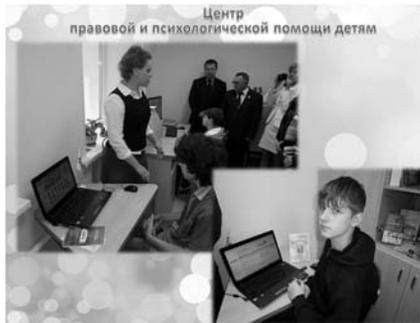


услуг, оперативность, быстрота и качество выполнения запросов пользователей, высокопрофессиональный коллектив сотрудников. Теперь наши юные читатели ежегодно в Неделю детской книги имеют возможность познакомиться с известными детскими писателями, которых мы приглашаем из Москвы.

Но неизменной осталась любовь современных девчонок и мальчишек к произведениям А. П. Гайдара, и мы делаем всё, чтобы эта любовь не прошла. Особое внимание мы, конечно же, уделяем мероприятиям, посвящённым жизни и творчеству А. П. Гайдара, которые всегда готовим и проводим с особым чувством.

Нам важно сохранить память о Гайдаре для будущих поколений, сделать так, чтоб его произведения читали и любили, потому что книги этого писателя представляют собой непреходящую ценность. В произведениях Гайдара есть примеры мужества, благородства, доб-

роты. Писатель очень любил детвору и удивительно хорошо понимал ребят, знал их достоинства и маленькие слабости, дружил с ними. Его книги не потеряли своей актуальности и в наши дни. Они заставляют посмотреть на себя со стороны, остановиться, задуматься, а так ли мы живём, постараться изменить что-то в себе. Жить по-гайдаровски трудно, но интересно: любить свою Родину, уважать людей, мысли, слова, поступки сверять по Добру.



Всё это мы пытаемся донести до ребят во время информационных дней, вечеров-портретов, вечеров-размышлений, дней памяти, литературных конкурсов и викторин, которые проводим в рамках творческой программы «Гайдар шагает впереди!».

110-летию А. П. Гайдара в библиотеке отмечали целый день, 22 января 2014 года. Прошли два литературных путешествия по жизни и творчеству писателя: литкроссинг «По страницам гайдаровских книг» и квест-игра «Главная тайна Гайдара».

Для участия в литкроссинге в этот день в библиотеку пришли самые активные наши читатели. Одному всегда путешествовать скучно, поэтому школьники, разгадав загадки, разбились на команды: «Тимуровцы», «Таёжники», «Барабанчики», «Мальчиши» и «Спасатели». Каждая команда получила свой «Путевой лист», в котором был указан маршрут следования по библиотеке. На каждой точке следования в него вносилась отметка диспетчеров (роль которых исполняли библиотекари филиала) о правильно выполненном задании. Каждой команде необходимо было вписать определённую букву, которую они должны разгадать на каждой остановке. К концу пути, сложив все буквы, ребята должны были разгадать слово, означающее конечный пункт назначения. Школьники, разбившись на команды, с

большим энтузиазмом приняли участие в интересном и увлекательном путешествии: отвечали на вопросы викторин и конкурсов по произведениям писателя, слушали песни, посвящённые А. Гайдари, собирали секретные пазлы, разгадывали гайдаровские загадки и кроссворды, отыскивали на книжных полках закладки — ребусы и т. д.

В заключение литкроссинга состоялось награждение победителей конкурса творческих работ «Спешите делать добро», организованного нашей библиотекой к 110-й годовщине со дня рождения А. П. Гайдара. Конкурс проводится по двум номинациям: литературная работа по творчеству А. П. Гайдара и иллюстрация к произведениям А. П. Гайдара. Были предложены темы: «Его имя носит библиотека» (личное отношение автора к творчеству А. П. Гайдара, к его



произведениям, героям его книг); «Кого из героев произведений А. Гайдара ты бы взял/взяла в свою команду?» (герои А. П. Гайдара, которые больше всего понравились и почему); «А. П. Гайдар считал, что любить свою землю, свою страну — это счастье. Что такое счастье, по-твоему?»; «Возможно ли тимуровское движение в наше время?» (размышления о милосердии, активной жизненной позиции).

Маленькие читатели активно включились в работу, в жюри конкурса было представлено много интересных литературных работ и иллюстраций к прочитанным произведениям А. П. Гайдара.

Наша деятельность часто выходит за рамки библиотеки, мы принимаем активное участие в городских мероприятиях: акциях, праздниках улиц, организуем для читателей краеведческие экскурсии по памятным местам города Орла.

Стало доброй традицией в рамках программы летних чтений проводить акцию «С книжкой на скамейке» в городском парке культуры и отдыха. Дети, оставшиеся на лето в городе, с удовольствием принимают участие в литературных викторинах, интеллектуальных поединках, встречах со сказочными героями, играх.



Два года подряд наша библиотека принимает участие во Всероссийской акции «Библионочь», которая всегда проходит ярко и интригующе интересно: с театрализованными представлениями и сказочными путешествиями.

Благодаря активному взаимодействию библиотеки с другими организациями и учреждениями мы расширяем круг своих возможностей. Заинтересованные, неравнодушные педагоги, стремящиеся привлечь внимание учащихся к книге и чтению, стали нашими постоянными партнёрами. Так же в тесном контакте мы работаем с органами местной власти, Орловским городским Советом народных депутатов, которые оказывают библиотеке неоценимую помощь в ремонте помещения и приобретении новой мебели. С нами работают городские и районные избирательные комиссии, Орловский Дом литераторов, музеи города, детские школы искусств, дома детского творчества, вузы, отделения социальной помощи и другие организации социальной, культурной и образовательной сферы. Круг социальных партнёров библиотеки постоянно растёт, координация деятельности с которыми ведётся на договорной основе.

Детская библиотека сегодня — это центр информации, досуга и общения. В немалой степени это стало возможным благодаря постоянному поиску новых форм и методов работы, которые бы отвечали современным требованиям. Одна из задач нашей библиотеки — создать среду для интеллектуального и личностного развития ребёнка через книгу и другие современные носители информации.

Проблема прав ребёнка, забота о его жизни, развитии, образовании и воспитании волновала А. П. Гайдара и неоднократно поднималась на страницах его произведений. И, следуя гайдаровским традициям добра и нравственности, мы хотим, чтобы наши дети жили в правовом государстве. А для этого необходимо с детства прививать им нрав-



ственные правила поведения, правовую культуру. В 2012 г. на базе нашей библиотеки состоялось открытие Центра правовой и психологической помощи детям. Центр открылся в рамках реализации городской долгосрочной программы «Развитие отрасли культуры в г. Орле на 2011–2015 годы». Активно комплектуется фонд Центра. Это книги и пособия на бумажных и электронных носителях для детей по юридическим вопросам, популярная литература по психологии и праву, а также специальные издания с комментариями известных юристов и адвокатов. Здесь же представлены научно-познавательные журналы и газеты.

Конечно, Центр не обходится и без электронных справочно-правовых систем, интернет-ресурсов. Установлена правовая система «Гарант». Специалисты «Гаранта» регулярно посещают библиотеку, чтобы познакомить пользователей с работой этих систем, ответить на возникающие вопросы. Центр становится таким местом, где ребёнок и его родители могут не только получить нужную информацию, но и встретиться со специалистами, которые заинтересо-

ваны в решении их проблем и в состоянии оказать реальную помощь.

Центр работает по программе «Школа социального успеха», в которой приоритет отдан развитию наиболее актуальных направлений правового просвещения подрастающего поколения. Это обеспечение максимально открытого доступа к правовой информации и воспитание электоральной культуры детей и подростков.

Ещё одно направление работы — программа «Стиль жизни — здоровье», цель которой — популяризация здорового образа жизни, помощь ребятам в выборе правильного решения в пользу здоровья и активной полноценной жизни.

На сайте библиотеки (<http://www.gaidarb.ru>) можно найти много интересной информации: познакомиться с новыми книгами, узнать о правах ребёнка, воспользоваться детскими правовыми



интернет-ресурсами, обратиться за помощью к уполномоченному по правам ребёнка, продлить книги, с пользой и интересно провести свободное время.

Мы постоянно ищем новые подходы и новые формы работы с детьми, но для того, чтобы помочь им стать настоящими гражданами своей страны, неизменным остаётся обращение к гайдаровским принципам *«честно жить, много трудиться и крепко любить и беречь эту огромную счастливую землю»*.

С автором можно связаться:
gaydarovka@mail.ru

О культурных мероприятиях и библиотечных проектах, посвящённых 110-летию А. Гайдара.

Брендинг, Аркадий Гайдар, детские библиотеки, библиотека как культурный центр

The article is about cultural events and library projects dedicated to the 110th anniversary of A. Gaidar.

Branding, Arkady Gaidar, children's library, the library as a cultural center

АЛЕКСАНДРА ТАРАЩЕНКО

«Доска почёта» города Томска

От народных промыслов до КВН



В последние годы повысилась значимость работы над созданием региональных брендов. Это связано с необходимостью повысить имидж территории, выявить ее уникальные черты, что позволяет рассматривать местные бренды ни много ни мало как стратегическую цель продвижения региона.



Александра Александровна Таращенко, главный библиотекарь ТОУНБ им. А. С. Пушкина, г. Томск

ИЗВЕСТНОСТЬ ГОРОДОВ в первую очередь прибавляется промыслами. Так, город Тула и Тульская область прославились в своё время тульской гармонью, тульскими пряниками, тульскими самоварами, а ещё больше тульским оружием. Известность оружейников Тулы как знатных мастеров-оружейников началась ещё в XVIII веке с создания клинкового оружия и пушек, а закрепилась производством системы полевой реактивной артиллерии, типа «Катюша», во время Великой отечественной войны. Сегодня тулякам недостаточно видеть свой край, ассоциирующимся только с исконными промыслами, они хотят создать город-бренд и усиленно выбирают образы, которые станут соотноситься с новой Тулой*.

Брендинг территорий относительно новое начинание. Не случайно эксперты утверждают, что «в брендинге каждый суслик агроном». Здесь важно занять свою нишу, делая акцент на местный продукт.

Каждый регион пытается выбрать ту модель продвижения бренда, которая выражает ожидания и цели развития территории. Делается это для повышения привлекательности малой родины для жителей, мигрантов и туристов. Главное, на чём основан выбор бренда, — подчеркнуть уникальность региона. В противном случае он не будет узнаваем. «Бренд — это порт, объединяющий все позитивные проявления на территории для достижения единой цели».

Хотите участвовать в создании успешного регионального бренда, повы-

сить имидж села, города, района, соберитесь вместе — бизнес, культурная элита, население, администрация, совместно определяйте цели, задачи и общий подход в реализации бренда. Власть может создать условия и финансовую поддержку, будет лоббировать интересы организации, которые станут для территории брендовыми. Как считает

Василий Гнедовский, руководитель проектов Российского Института Урбанистики, «так называемые “регионы” должны стать “столицами”, должны сами стать источниками инноваций, новых идей и нового качества жизни». Успешно созданный бренд территории поможет эти цели осуществить.

Томские бренды

Томск позиционирует себя как инновационный регион, один из центров интеллекта и инноваций, поэтому в качестве брендов официально выдвигаются научные учреждения и наукоёмкие производства: ТГУ, ТПУ, научные учреждения ТНЦ СО РАН, инновационные предприятия «ЭлеСИ» и «Микран», Томский химический комбинат, «Томскнефть», «Востокгазпром».

В то же время Томск пытается продвинуть себя как культурный центр — «Сибирские Афины» и «Умный город». На томских сайтах периодически проводятся рейтинги культурных брендов Томска. Большинство сходится на том, что в десятку лучших следует включить (в порядке значимости) такие объекты, как:

* См.: Проект «Бренды Тулы» http://www.btula.ru/page_o_proekte.html

- **Деревянная архитектура.** Деревянные кружева — символ Томска, его отличительная черта, уникальное явление и ценный объект культурного наследия*.
- **Хоровая капелла** Томского государственного университета — один из ведущих хоровых коллективов страны, единственным в Томске концертный хоровой коллектив, «визитная карточка» старейшего университета Сибири. Руководит коллективом профессор В. В. Сотников.
- **Эстрадно-джазовый оркестр «ТГУ-62»** является брендом Томска не случайно. Оркестр обрел популярность среди студенчества, а следом стал любимым всеми почитателями эстрадной и джазовой музыки городов Сибири, России и Европы. Бессменным руководителем коллектива оркестра является Аркадий Ратнер.
- **Научная библиотека** Томского государственного университета, открытая в 1888 г. одновременно с университетом. Прославилась своими уникальными фондами по всей Сибири. В результате компьютеризации библиотечных процессов, информатизации и сертификации на соответствие требованиям европейского стандарта BS EN ISO 9001 Научная библиотека ТГУ создала интегрированный библиотечный комплекс и продвигает себя как информационный центр**.
- **Театр кукол «Скоморох»** имени Романа Виндермана. Приобрел популярность с приходом в театр режиссёра и актёра Виндермана, который смог создать театр нового типа, театр со своей эстетикой, демонстрирующий новые возможности сценического искусства. Его творчество прославилло Томскую культуру далеко за пределами области и страны.
- **ФК «Томь»** — российский профессиональный футбольный клуб — один из томских брендов, по выражению В. Кресса, развивающийся скорее «вопреки», чем «благодаря», и свидетельствующий о степени пристрастия сибирияков к летним видам спорта.
- **«Дети лейтенанта Шмидта»** — коман-

да высшей лиги Международного союза КВН, «сибирский интернационал с томской пропиской». В команду вошли: неподражаемый Гриша Малыгин, способный рассмешить даже не фразой, а междометием; разнохарактерный Гуливицкий; забавный Бакин; обладающий бесподобной мимикой Никулин; Гасаев со своим великолепным голосом***. Команда «Дети лейтенанта Шмидта» является самой титулованной командой за всю историю Клуба Весёлых и Находчивых, лучшие их выступления вошли в список шедевров КВН****. До сих пор многие жители России, услышав, что ты из Томска, восклицают: «А-а, знаем! Это ваши в КВН играли!»

- **«СКАТ».** Клуб СКАТ ТГУ является уникальным и старейшим клубом подводников в мире, в котором профессионально и успешно развиваются различные направления современного подводного спорта: плавание в ластах, дайвинг, подводные экспедиции. В 2014 г. ему исполняется 50 лет.

• **Леонтий Андреевич Усов** — известный томский скульптор, актёр, режиссёр, заслуженный художник России, человек-бренд г. Томск.

Бывают бренды-города (Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Великий Устюг и т. д.), а бывают люди-бренды (Путин, Че Гевара, Барак Обама, Эрн Рубик и дальше по списку). У нас в Томске есть свои люди-бренды, одним из самых ярких и известных является Леонтий Андреевич. Слава, немного скандальная*****, пришла к нему благодаря его оригинальным, самобытным деревянным скульптурам, которые стали открытием и потрясением в

культурной среде области, страны, За рубежом.

- **Михаил Андреев.** Нашу десятку «Доски почёта» замыкает томский поэт Михаил Андреев. Вся страна вслед за звёздами эстрады поёт песни на его стихи о тополином пухе, о плачущей берёзе, о том, что «нельзя быть красивой такой». Песню «Отчего так в России берёзы шумят?» многие считают неформальным гимном России.

И всё же Томск пока находится в поиске. Самым перспективным может стать продвижение Томска как города-музея деревянного зодчества. Использование деревянной архитектуры в сочетании с традиционными промыслами, легендами и историческими артефактами, такими как жизнь святого старца Фёдора Томского — по легенде Импера-

тора Александра I, помогут придать Томску своеобразие и выделить его в ряду других сибирских городов. Планируется в недалеком будущем создание в районе Обруба Города мастеров с цепочкой томских брендов, процветавших в прошлом народных промыслов: «Гармонная слобода», «Лучановское стекло», «Томские кузницы», «Шоколадная фабрика», «Кедровая халва», «Чайные склады»*****.

Применительно к библиотекам, брендинг — это позиционирование конкретной библиотеки как уникальной, не похожей на другие объекты культуры, продвижение её новых услуг и продуктов, включая проведение мероприятий, связанных с событиями культурной жизни.

С автором можно связаться: obr-at@lib.tomsk.ru



О создании региональных брендов как средстве повышения имиджа территории.

Брендинг, региональная культура, библиотечные проекты

The article is about the creation of regional brands as a means of improving the image of territory.

Branding, regional culture, library projects



* См. подробнее: Богданова О. В. Архитектурный облик Томска. — Томск: Красное Знамя, 2005. — 144 с.

** См. подробнее: http://www.lib.tsu.ru/index_about.php?id=1

*** См. подробнее: Звёздный час «Детей лейтенанта Шмидта» <http://tomsk-novosti.ru/zvezdnyj-chas-detej-lejtenanta-shmidta/>

**** Подробнее на сайте команды: <http://dlsh.ru/>
***** См.: Скандальный памятник — http://www.e-reading.ws/chapter.php/101974/174/Nash_Sovremennik_2009_%232.html

***** См. подробнее: Ажурный бренд // Аргументы и факты, 2010. — 22–28 дек. (№51).

ЕЛЕНА СУРИНА

Виртуальное краеведческое бюро путешествий

Притягательные магниты

Время летит стремительно вперёд. Мы куда-то постоянно спешим. Перед нами мелькают привычные места, дома, дворы, улицы. Однако порой что-то заставляет нас замедлить шаг и пристально всмотреться в знакомые лица, предметы, найти в них нечто новое и необычное и рассказать об этом людям.



Елена Леонидовна Сурина, ведущий библиограф МБОУ Центральной районной библиотеки МУК «ЦБС Селивановского района».

В ТРАДИЦИОННУЮ краеведческую работу библиотек пришли новые технологии, которые позволяют её качественно улучшить и способствуют более широкому распространению, а соответственно и расширению аудитории.

Выбирая различные формы обеспечения доступа к краеведческим ресурсам, библиотеки стремятся максимально приблизить их к пользователям.



Рис. 1. Организация доступа к краеведческим ресурсам библиотек

Практика показывает, что краеведческая работа библиотек настолько разнообразна, что даёт возможность для полёта фантазии. А это позволяет ориентироваться не только на традиционные формы, востребованные в первую очередь специалистами, но и разрабатывать более интересные формы подачи материала для различных категорий пользователей (школьники, студенты, группы по возрасту, интересам и др.).

Спрос на краеведческую информацию зависит от ряда факторов. Вот лишь некоторые из них:



Рис. 2. Спрос на краеведческую информацию

На вопросе развития внутреннего туризма остановимся чуть подробнее.

В апреле 2014 года во Владимире под эгидой Министерства культуры РФ прошла конференция ЦФО «Год культуры: лучший опыт регионов». В выступлении заместителя министра культуры А. Маниловой прозвучали такие слова: «*Брендинг Владимирской области — это не только региональная, но и общенациональная задача. Столь богатую историческую и культурную реальность Владимирской земли должны хорошо знать не только в нашей стране, но и за рубежом. Наше дело — не только сохранение, но и популяризация*»¹.

«*Призывы развивать в России внутренний туризм давно стали общим местом в нормативных актах, правительственных постановлениях, федеральных и региональных целевых программах развития туристско-рекреационной сферы, материалах научных конференций и учебных пособиях. <...> В научном плане внутренний туризм теснейшим образом переплетается с физической и социально-экономической географией, ландшафтоведением, картографией, музееведением и др. Изучение внутреннего туризма невозможно без участия таких научных дисциплин, как география, история, в том числе культуры, культурология, экология, экономика*»². Среди наиболее перспективных направлений внутреннего туризма отмечены: культурно-познавательный, паломнический, экологический. Одним из важнейших условий развития различных видов туристической деятельности является «*наличие соответствующих ресурсов, то есть тех магнитов, которые способны притя-*

живать людей, несмотря на самые дальние расстояния»³.

Исходя из вышеизложенного, можно задать вопросом о роли библиотек в развитии внутреннего туризма. Библиотеки могут создавать (и активно создают) региональные информационные «магниты», так как обладают необходимыми условиями для проведения этой работы. Основными из них являются:

- наличие фонда краеведческих документов;
- система каталогов, картотек, баз данных (СПА);
- наличие специалистов;
- связи с партнёрскими организациями и частными лицами;
- система организации доступа и распространения краеведческих ресурсов.
- качество (полнота, достоверность, оперативность, учёт интересов пользователей и др.) работы.

В условиях внедрения новых технологий, можно добиться интересных результатов.

Селивановский район — своего рода terra incognita Владимирской области. Он

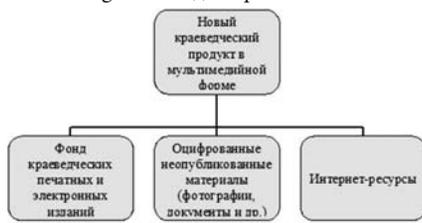


Рис. 3. Интеграция информационно-краеведческих ресурсов

не входит в число популярных туристических маршрутов. Кроме Владимира и Суздалья, люди из других регионов смогут назвать Муром, Гороховец, Александров, но не Красную Горбатку. С одной стороны, это, конечно, минус, так как нет узнаваемого бренда, а с другой — плюс. История района является относительно новой и недостаточно изученной темой и

*Милостивая. Праведная Иулиания Муромская (Лазаревская) [Текст]: [сборник статей] / сост. О. Д. Малова; науч. ред. Н. Стройков. — Муром: Б/И, 2004. — 253 с., [8] л. цв. ил.: ил., портр. — Библиогр. в примеч. в конце ст. — Имен. указ.: с. 245–248.

Повесть об Ульянии Осорбиной [Текст] // Литература Древней Руси: хрестоматия. — СПб, 1997. — С. 405–412.

Сурин А. А., Миронова Л. Н. Живёт родник, и нет ему забвенья [Текст]: [творческая работа об источнике святой праведной Иулиании Лазаревской на территории Селивановского района] / А. А. Сурин, Л. Н. Миронова; Переложниковская основная общеобразовательная школа. — Переложниково, 2005. — 15 с., прилож. — Машинописный текст.

в то же время принадлежность в разные периоды к различным административно-территориальным единицам (Муромский, Судогодский, Меленковский уезды) даёт нам возможность «вписаться» в историю соседей. Всё это позволяет библиотекам МУК «ЦБС Селивановского района» занять свою нишу в популяризации краеведческой работы.

На первый план выходит не только создание, но и широкое распространение краеведческих ресурсов, а следовательно, поиск новых форм работы. Одной из них может стать **Виртуальное краеведческое бюро путешествий «Край наш Селивановский»**. Библиотека не ставит перед собой целью организацию «реальных» экскурсий (это прерогатива других учреждений и организаций), но заинтересовать пользователя — возможно. Тем более что в последнее время усилился спрос на так называемое «занимательное» краеведение.

Размещение краеведческого продукта на интернет-ресурсах удобно для начального знакомства с регионом. Маршруты «путешествий» могут быть самыми разными и раскрывать широкий круг фактов, связанных с местной историей, литературой, искусством, географией, персонами и т. д.

Например:

Памятные места.

- литературные маршруты.
- по страницам семейных альбомов.
- природные жемчужины Селивановского Приколпя.
- народные ремёсла.
- «Живописцы, окуните ваши кисти».

В качестве примера можно привести видеоролик «Живёт родник, и нет ему забвенья», рассказывающий об истории источника святой Иулиании Муромской, который находится на территории Селивановского района.

(Данный материал появился в результате совместной разработки библиотеки и школы д. Переложниково (к сожалению обе были закрыты), включающей в себя изучение литературы и поездку по местам, связанным с Иулианией Лазаревской на территории Селивановского и Муромского районов, а также г. Мурома. В настоящее время работа хранится в фонде центральной районной библиотеки).

Фанкин Ю. А. Когда хлеб из лебеды сладок: сказ о Муромской святой Ульянии Лазаревской [Текст] / Ю. А. Фанкин // Владимир: литературно-художественный и краеведческий сборник. Кн. 17. — Владимир, 2004. — С. 14–23.

«Экскурсия» построена следующим образом: информация об Иулиании Осорбиной (Муромской, Лазаревской) — наш источник — места в Муроме и Муромском районе, связанные с житием и прославлением Иулиании — Франция, Париж, храм преподобного Сергия Радонежского — США, Санта Фе, храм с престолом Иулиании Муромской — и снова наш источник.

Такая форма подачи материала позволяет «зацепить» пользователя и пригласить к более подробному знакомству с темой либо в фонде библиотеки, либо, совершив настоящее путешествие.



Приведённый ниже список отражает только часть изданий, использованных в работе над видеороликом. Также в него включены фотоматериалы из фонда ЦБС, материалы телеканалов «Культура», «Союз», «СТ» — Селивановское телевидение, интернет-ресурсы*.

В заключение отметим, что создание Виртуального краеведческого бюро путешествий выводит работу на качественно новый уровень организации и распространения краеведческой информации.

С автором можно связаться: surinaelena_71@mail.ru

Примечания:

1. Брендинг Владимирской области — общенациональная задача // Владимирские ведомости. Еженедельник. — 2014. — 3 апр. (№60). — С. 3.

2. Фролов А. Не нужен мне берег турецкий. Путешествие по России / А. Фролов // Мир библиографии. — 2014. — №2. — С. 66–67. — [Рецензия на книгу: Истомина Э. Г., Гришункина М. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России: учеб. пос. для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям/ под общ. ред. Е. И. Пивовара. — М.: РГГУ, 2012. — 286 с.].

3. Там же. С. 67.

Статья посвящена интеграции информационно-краеведческих ресурсов библиотек.

Краеведение, брендинг, библиотечные проекты, электронные ресурсы
The article is devoted to the integration of information and local lore library resources.

Regional studies, branding, library projects, electronic resources

МАРИЯ ДАЛЕЦКАЯ, ведущий методист ЦГДБ им. А. П. Гайдара, Москва

Сетевая библиотечная программа «Прочти Москву»

Мастер-класс в ЦГДБ им. А. П. Гайдара



ПРОЕКТ *izi.TRAVEL* — это сервис для создания и распространения аудиогидов для смартфонов. В ходе занятия мы рассматривали возможность использования этой технологии для краеведческой работы в библиотеке.

Справка: как оно работает?

Освоив не очень сложную технологию работы с платформой, предлагаемой проектом *izi.TRAVEL*, тому, кто желает создать собственный маршрут, будет необходимо сделать три вещи: сфотографировать на месте основные точки будущего маршрута, подготовить небольшой сопроводительный текст и записать его на диктофон. Затем нужно зарегистрироваться на сайте (<http://izi.travel/ru>) и с помощью системы управления контентом разместить свои материалы на сайте. Ваш аудиогид готов.

Изюминка такой технологии краеведческой работы с детьми в том, что после размещения на сайте аудиогид становится доступным любому обладателю смартфона с загруженной в него программой (её можно скачать на сайте). Им может воспользоваться любой желающий. Аудиогид может быть составлен в любом жанре, состоять из той информации, которую вы посчитаете уместной и важной. Одним словом, это настоящий творческий авторский проект. Подростку, не расстающемуся со смартфоном, наверняка будет интересно погулять по городу с персональным «экскурсоводом». Если телефон подключён к интернету, то аудиогид сам будет вести маршрут. Благодаря тому, что вы заранее отметили точки маршрута на карте, загруженной в приложение, аудиогид будет рас-

сказывать о достопримечательностях, к которым на вашем пути. Погуляв с таким мобильным приложением в телефоне, подросток может пожелать составить маршрут сам. Учитывая то, что сейчас среди молодёжи наблюдается интерес к окружающему пространству, может получиться необычный проект.

Новое краеведение, или Почему аудиогид может быть интересен библиотеке?

Современное краеведение меняется по своим формам и характеру. Для того чтобы краеведческая работа с детьми и подростками была максимально эффективна, необходимо быть в курсе этих перемен. Нынешние тенденции таковы, что любая краеведческая работа граничит с маркетингом, с экономическими преобразованиями, социальными переменами в обществе. Не замечать этот процесс было бы неправильным. То, что через десять лет превратится в объект новейшего краеведения, создаётся уже сейчас. Многие материалы, на которые будут опираться юные краеведы, могут быть сформированы молодёжью, имеющей хорошую фото- и видеотехнику и с удовольствием путешествующую по разным уголкам нашей страны, изучающей собственные города.

Тема брендинга территорий заслуживает отдельного большого краеведческо-библиотечного разговора. Однако если попытаться сиюминутно применить её к библиотечно-краеведческой практике (хотя бы на вышеприведённом примере создания аудиогидов), то мы можем получить социальный проект, передающий неожиданные, свежие впечатления о конкретном месте, а также «рост доверия к нему, чувство симпа-

тии к его жителям, уважение к их ценностям»¹ — то есть то, что известный современный географ и специалист в области маркетинга и брендинга территорий Д. Визгалов и называет, собственно, брендингом территорий.

Подход молодёжи — это всегда подход нестандартный. Если облечь его в современную форму, подобную той, что предлагает *izi.TRAVEL*, мы получим совершенно новый взгляд на свой город, на какое-либо конкретное место, улицу, дом, район. Вот, наверное, самый простой пример идеи такого проекта: создание маршрута (аудиогидов), который отразил бы самую яркую идею, характеризующую выбранное место. Если таких маршрутов получится несколько, можно устроить обсуждение в библиотеке, и, возможно, из нескольких маршрутов родится один, наиболее точно отражающий полученное задание. Создание подобного маршрута — это не что иное, как «поиск, выражение и развитие городской идентичности... представление её в ярких взаимосвязанных образах»², то есть попытка брендинга конкретного места. А заодно и прекрасная возможность тем, кто будет работать над этим аудиогидом (например, группе подростков), изучить свой населённый пункт, понять самого себя и своё место в нём. Не это ли есть одна из целей краеведческого образования?

С автором можно связаться:
daletskaya.m@gmail.com

Примечания:

Визгалов Д. Брендинг города // Денис Визгалов: пусть города живут / Сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский. — М.: Сектор, 2015. — С. 26.

² Там же. С. 53.



Именем Горького названа

Мемориальная экспозиция как отражение истории библиотеки

СИМВОЛИЧЕСКИМ воплощением почти векового пути главной библиотеки донской столицы явилась созданная два года назад в стенах сектора художественной литературы абонемента мемориальная экспозиция «Нашей истории строки». Рассказать о ней стоит по двум причинам. С одной стороны, хочется поделиться всегда актуальным для библиотеки опытом выставочной деятельности, а с другой стороны, обзор почти вековой истории библиотеки всегда представляет интерес.

Мемориальная экспозиция «Нашей истории строки» состоит из трех тематических блоков (им соответствуют три застекленные витрины).

Первый из этих блоков называется — «Открываем Горького». Сразу же стоит заметить, что имя писателя, который, по мнению Дмитрия Быкова, вошёл в «первую десятку русских прозаиков XX века», является по отношению к центральной библиотеке Ростова-на-Дону не только номинальным. М. Горький стал на долгие годы приоритетным культурным ресурсом, узнаваемым брендом библиотеки.

Атмосфера горьковской эпохи, колорит личности самого писателя передаются многими экспонатами выставки. Неповторимый облик Алексея Максимовича запечатлён во всевозможных статуэтках, миниатюрных бюстах, в позолоченном барельефе, юбилейной монете с изображением горьковского профиля, в коллекции значков и марок. Важными деталями экспозиции являются также копия горьковского членского билета Союза советских писателей, очки старинной модели, похожие на те, кото-

рые носил М. Горький. Бесценным свидетельством горьковской эпохи можно считать и представленную здесь же газету «Правду» от 25 сентября 1932 года, посвящённую сорокалетию юбилею литературной деятельности писателя.

Колорит эпохи передают такие экспонаты, как подсвечник, старинные часы, статуэтка самого узнаваемого из образов — Буревестника. Неповторимые приметы времени запечатлены и в экспонатах, символизирующих писательское творчество: чернильнице с пером, писчей бумаге старого образца, на которой размещен отсканированный текст рукописи М. Горького с его автографом. (Многие экспонаты приобретены работниками ЦГБ им. Горького на сайте антикварных вещей Молоток.ru).

Особое место в экспозиции «Открываем Горького» занимают редкие книги из фондов центральной библиотеки. Среди них можно увидеть трёхтомник писателя, подаренный библиотеке старейшим библиотекарем Дона И. П. Кисляковым, а также два раритетных издания романа «Дело Артамоновых» (один выпущен в печать в 1938 году, другой — книга на немецком языке).

Концептуальное значение для горьковской экспозиции имеют представленные на ней фотографии, раскрывающие тему «А. М. Горький и Ростов-на-Дону».

Что же связывает культового пролетарского писателя со столицей Дона?

Впервые М. Горький попал в Ростов-на-Дону весной 1891 года. Это было страшное, голодное время. В Ростове, как и в других российских городах, царил безработица. Труд крайне скудно оплачивался. Некоторое время М. Горь-

В 2015 году исполняется 95 лет Центральной городской библиотеке им. Горького — старейшему учреждению культуры города Ростова-на-Дону.



*Марина Валерьевна Кравченко,
главный библиотекарь
организационно-методического
отдела Центральной городской
библиотеки им. Горького МБУК
Ростовская-на-Дону городская ЦБС.*

кий работал в порту и жил неподалеку, в ночлежке старухи Леонтьевны (не здесь ли будущий писатель накапливал житейские впечатления, наблюдал картины городских трущоб?). В 1961 году на ростовской набережной на месте старого городского порта был открыт памятник писателю. (Авторы изваяния — скульптор М. С. Алексеенко и архитектор Я. А. Ребайн). Бронзовый Алексей Максимович стоит с непокрытой головой, взгляд его устремлён в задонскую степь, а ветер с Дона распахнул полы его пальто.

Во второй раз М. Горький побывал в Ростове-на-Дону только через 40 лет, 18 июля 1928 года, уже, будучи известным всему миру писателем. В третий раз М. Горький приехал в Ростов в 1929 году. Тогда он посетил одну из значимых социалистических строек того времени — Сельмашстрой.



Экспонаты музейной витрины «Библиотека им. Горького: путь длиною в век»

Сегодня в Ростове-на-Дону с именем М. Горького связано многое. О пребывании писателя на Донской земле напоминают установленные на набережной и на доме, где жил Алексей Максимович, мемориальные доски. Одна из центральных в городе улиц ещё при жизни М. Горького в 1932 году к сорокалетию литературной и общественной деятельности была названа в его честь.

Интересной городской достопримечательностью, название которой связано с одним из знаковых горьковских образов, является кинотеатр «Буревестник», расположенный в здании двухзального дореволюционного синематографа «Колизей». Кинотеатр этот примечателен тем, что здесь в июле 1920 года выступал с чтением своих стихов великий русский поэт Сергей Есенин. А интеллектуалы 70–80-х годов прошлого века почитали это место за то, что здесь можно было посмотреть авторское, элитарное кино, которое не демонстрировалось на широких экранах.

Именем М. Горького назван и самый старый парк г. Ростова-на-Дону, которо-

му исполняется в этом году 200 лет. Это самое посещаемое место в городе. Парк им. М. Горького имеет два яруса парковых зон, на которых уютно раскинулись аллеи, игровые площадки, городок аттракционов, кафе. Здесь сохранены памятники городской архитектуры почти вековой давности: ротонда, фонтаны.

Одной из знаковых достопримечательностей г. Ростова-на-Дону, связанных с именем «буревестника револю-



Общий вид музейной витрины «Автографа таинственная вязь»

ции», является Ростовский академический театр драмы им. Горького. На экспозиции «Открываем Горького» ему посвящены фотографии и информационный буклет «Горький на подмостках Ростовской сцены» — плод исследовательского труда сотрудников читального зала центральной библиотеки.

Изучая это библиотечное издание можно узнать немало интересных подробностей, касающихся истории театра. Несколько слов об этом.

Главный театр Ростова-на-Дону, построенный в 1935 году, считается самым большим провинциальным театром в мире. В своё время он стал стартовой площадкой для таких мэтров, как Ростислав Плятт, Вера Марецкая, Владислав Ветров. Знаменит ростовский театр и

своим внешним обликом. Его здание, имеющее форму гусеничного трактора, (подобные конструкции были чрезвычайно популярны в 1930-е годы и соответствовали духу тотальной индустриализации) до сих пор является непревзойденным образчиком архитектурного искусства: макет театра представляет российское зодчество в Лондонском музее истории архитектуры. Театр поражает гармоничным сочетанием мрамора и стекла, мощными стеклянными выносными галереями, гигантской белой стеной, которую уже с первых лет после постройки использовали на праздники в качестве гигантского киноэкрана.

Интересно и то, что имя М. Горького самым тесным образом связано с историей театра. На протяжении столетия горьковские произведения занимали почётное место на ростовской сцене. Любопытно, что в начале прошлого века злободневные пьесы пролетарского писателя ставились в ростовском театре одновременно с постановками МХАТа. (Например, доподлинно известно, какой в 1902 году оживлённый резонанс у ростовской общественности вызвали спектакли «Мещане», «На дне»). Горьковские герои продолжают жить на ростовских подмостках и по сей день: одна из громких премьер последнего времени — спектакль «Васса Железнова».

Без преувеличения можно сказать, что подлинным эксклюзивом всей горьковской экспозиции являются куклы, изображающие горьковских героев. В их создании приняла участие творческая группа методистов, дизайнеров и читателей ростовских библиотек. Для воплощения бессмертных образов Вассы Железновой, Клима Самгина и Старухи Изергиль были использованы обычные «барби», которые до неузнаваемости преобразились благодаря фантазии креативного коллектива. Для кукол, изображающих Вассу Железнову (она, кстати, получилась очень похожей на героиню И. Чуриковой в одноимённом фильме), Клим Самгина, были изготовлены костюмы и аксессуары, соответствующие моде российского среднего класса начала прошлого века. Также куклы были тщательно загримированы. Особенно пришлось потрудиться над Старухой, потому что обезобразить юную красотку-«барби» оказалось совсем не простой задачей. Труды коллек-

тива не прошли даром. Самой интересной и эксцентричной фигурой получилась именно она — героиня популярного горьковского рассказа. Облачённая в разноцветные, ветхие лохмотья, кукла, изображающая Старуху Изергиль, в своём отталкивающе-притягательным облике таит некую тёмную загадку. Значимо, что в создании образа этого харизматичного персонажа учитывалась её портретная характеристика, данная в тексте произведения: седые космы, выбившиеся из-под красной косынки, старческое осунувшееся лицо, чёрные провалы подслеповатых глаз...

Составляющей частью мемориальной выставки «Открываем Горького» является размещённая в оконном проёме сектора художественной литературы абонемента трехмерная композиция «Песня о Буревестнике». Образ Буревестника выбран не случайно. Именно он является в поэтике Горького самым узнаваемым и наиболее полно отражает художественно-философскую концептуальность горьковского творчества. Макет птицы, прикреплённый в оконном проёме, выполнен в технике папье-маше. Задрапированная в виде волн двухцветная ткань окружает макет скалы.



Торжественное открытие экспозиции «Нашей истории строки» на абонемента центральной городской библиотеки им. Горького

Горьковская символика отражена и в переносной рекламной конструкции, установленной у входа в библиотеку. На центральном щите трехстороннего штендера изображены графический портрет писателя и силуэт Буревестника, окружённые облаками, сквозь которые пробиваются лучи солнца. Общее цветовое решение иллюстративного щита штендера (преобладает романтическая бирюзово-бежевая гамма) намекает на возможность нового осмысления «забронзовелых» образов. С вершины XXI века, как с высоты птичьего полёта, персона «буревестника револю-

ции» перестаёт казаться навязчиво политизированной. Напротив, она выглядит притягательно ностальгической в своём трогательном устремлении воспеть красоту человеческого достоинства и внутренней свободы.

Как показал опыт, особым потенциалом для привлечения читателей обладают именно такие, выполняющие функции наружной рекламы экспозиции. Например, несколько новых читателей на абонемента ЦБ им. Горького появились именно потому, что решили удовлетворить своё любопытство: посмотреть, что скрывается за интригующей оконной композицией.

«Библиотека им. Горького: путь длиною в век» — так называется второй блок мемориальной экспозиции «Нашей истории строки». И посвящён он истории центральной библиотеки. Этот выставочный комплекс без всяких оговорок и преувеличений можно назвать музейным, поскольку практически все его экспонаты являются подлинными. Структура экспозиции построена по хронологическому принципу: здесь отражены основные этапы развития библиотеки.

В первую очередь обращает на себя внимание представленный здесь фотоархив, отражающий многолетнюю работу библиотеки по популяризации имени М. Горького. Старые фотографии свидетельствуют о многочисленных библиотечных мероприятиях горьковской тематики: о книжных выставках, литературных часах, творческих вечерах-встречах с артистами ростовского драматического театра,

Вообще, уже с первых лет своего существования центральная библиотека активно работала с именем пролетарского писателя. Об этом свидетельствует, например, такой реликт библиотечного музея, как областная газета «Молот» от 30 июня 1938 года. В этом периодическом издании есть посвящённая ростовской центральной библиотеке небольшая статья, где мы можем прочитать следующую эксклюзивную информацию о степени популярности в те годы творчества «буревестника революции»: «Книги любимого писателя не залеживаются на полках — они в беспорывном движении. В среднем за день читателям выдаётся от 115 до 120 книг Алексея Максимовича».

Музейный блок «Библиотека им. Горького: путь длиною в век» также включает в себя экспонаты, освещающие ювенильный период жизнедеятельности центральной библиотеки — полные трудового энтузиазма тридцатые годы. Погрузиться в атмосферу тех лет помогает коллаж из старых фотографий, на которых изображены улицы Ростова, первое здание центральной библиотеки. Неповторимым ароматом времени проникнут чудом сохранившийся листок статистического учёта читателя 1932 года.

Цикл экспонатов посвящён драматическому для столицы Дона и всей России периоду — сороковым годам прошлого века. На фотографиях можно увидеть разрушенный в период оккупации и военных бомбёжек Ростов, первый послевоенный коллектив центральной библиотеки. Отдельно выделено фото заведующей библиотеки довоенного периода — К. П. Садофьевой. Из представленной здесь же краткой биографической справки мы узнаем много



Экспонаты музейной витрины «Открываем Горького»

интересного об этом удивительном человеке. Клавдия Павловна, успешно проявившая себя как библиотечный профессионал, в начале войны добровольцем ушла на фронт. Примечательно, что в феврале 1942 года в газете «Известия» в списках отличившихся за вывод батальона из окружения была упомянута её фамилия. Эта молодая, красивая, энергичная женщина окончила войну в звании майора.

Большую ценность представляют и другие подлинные документы. Среди них — отчёт центральной библиотеки 1943 года (необходимо заметить, что библиотека не прекращала свою работу даже в период оккупации), написанный на обрывках обоев, обратной стороне старых чертежей. Также обращает на себя внимание письмо 1947 г., в кото-

ром артисты Чеховского театра города Таганрога поздравляют работников центральной ростовской библиотеки с 30-летием Октябрьской революции.

Пятидесятые-восьмидесятые годы — эпоха бурного, интенсивного развития ростовских библиотек. Об этом периоде свидетельствуют фотографии библиотечных мероприятий, библиотечного коллектива в 60-е годы и фото тогдаш-



Мероприятие, посвящённое М. Горькому, в отделе литературы на иностранных языках ЦГБ им. Горького

него здания центральной библиотеки. В 1960–70-е годы ЦГБ им. Горького приобрела высокий статус и в профессиональных кругах. Так, методиста Веру Николаевну Кессених в качестве талантливого специалиста позвали работать на должность зав. сектором организации библиотечного дела в Научно-методический отдел Государственной библиотеки СССР им. В. И. Ленина. Абонемент ЦГБ им. Горького стал экспериментальной площадкой по выполнению научных заданий Государственной библиотеки СССР им. В. И. Ленина и Государственной публичной библиотеки им. Салтыкова-Щедрина. Об этих интересных фактах можно узнать из представленного на экспозиции буклета, подготовленного библиотечными специалистами к 90-летию центральной библиотеки.

Эффективная высокопрофессиональная деятельность ростовской центральной библиотеки была оценена по достоинству. В 1970 году она была удостоена почетного звания «Лучшая библиотека РСФСР». Копия диплома, свидетельствующего об этом награждении, находится на выставке среди других экспонатов.

Современную жизнь ЦГБ им. Горького также отражает ряд экспонатов. Самая интересная и значимая из представленной здесь информации посвящена региональной научно-практической конференции «М. Горький — писатель сов-

ременно необходимый сегодня», которая прошла в 2010 году в стенах центральной библиотеки. (В работе этого представительного форума приняли участие библиотечные работники Ростова-на-Дону и Ростовской области, представители Южного Федерального университета). На экспозиции можно увидеть фотографии участников, их доклады в печатном и в электронном виде, диски с электронными презентациями, фото подготовленных к этому мероприятию просмотров литературы и экспозиций. Материалы конференции интересны, прежде всего, тем, что в них затрагиваются малоизученные культурологические и краеведческие аспекты: читательские и музыкальные предпочтения М. Горького, зарубежные места, связанные с личностью писателя, горьковские достопримечательности в Ростове-на-Дону.

Имя Горького является лейтмотивом и третьего экспозиционного блока. Выставка «Автографа таинственная вязь» посвящена донским мастерам художественного слова. Не будет преувеличением сказать, что культовый пролетарский писатель непосредственно стоял у истоков современной ростовской литературы. Приехав в очередной раз в Ростов-на-Дону в 1929 году, Алексей Максимович с большим удовлетворением отметил тот заметный творческий потенциал, который угадывался в представителях молодой литературы южного города. (С одним из ростовских начинающих писателей — Павлом Максимовым — Горького связывала многолетняя переписка). Максим Горький побывал на Сельмашстрое (ныне — знаменитый завод Ростсельмаш). Приезд писателя послужил импульсом к активности молодых талантов. Вскоре после отъезда М. Горького при заводе возникла литературная группа «Ростсельмаш», которая существует и по сей день. Её участниками были такие знаменитости, как Анатолий Софронов, Даниил Долинский, Борис Примеров. В настоящее время представители этой литературной группы — Павел Бойчевский и Елена Панаева — являются членами литературного клуба «Парус» при ростовской библиотеке им. Лермонтова. Обо всём этом рассказывают представленные выставочные экспонаты: книга П. Максимова «Воспоминания о Горьком», сборник произведений поэтов литературной группы «Ростсельмаш» «Мы

жили в этом городе...», копия фотографии «Горький с группой ростсельмашевцев в цеху завода».

Центральная библиотека им. Горького всегда являлась благодатным пространством для самопрезентации творческих личностей. На полках экспозиции можно увидеть фотографии, книги с дарственными надписями классиков донской литературы — А. Софронова, А. Калинина, Н. Скребова, И. Лесного и современных ростовских литераторов — И. Кудрявцева, И. Елисеева, А. Пепеляевой, И. Сазоновой. Многие из них в разное время являлись (а некоторые являются) читателями ростовских библиотек.

Выставочный комплекс «Нашей истории строки» вызвал большой интерес у городской общественности. О нём писали такие ростовские периодические издания, как «Вечерний Ростов», «Антенна-«Ростов-на-Дону». Высокую оценку экспозиции дала начальник управления культуры г. Ростова-на-Дону Л. П. Лисицына.

Самым же важным является то, что мемориальная экспозиция «Нашей истории строки» пользуется большой популярностью у ростовчан. Ежедневно работники абонемента ЦГБ им. Горького проводят для читателей разных возрастов экскурсии у выставочных стендов. И библиотекари, и читатели придерживаются единого мнения: безусловная заслуга библиотечной мемориальной экспозиции «Нашей истории строки» заключается в том, что благодаря ей у многих появляется возможность узнать об истории родного города и приобщиться к его культурным традициям.

С автором можно связаться:
omo@donlib.ru

Статья посвящена мемориальной экспозиции, посвящённой истории и современной деятельности Центральной городской библиотеки им. Горького города Ростова-на-Дону.

История библиотечного дела, выставочная деятельность, брендинг, Максим Горький

The article is devoted to a memorial exhibition, which was dedicated to the history and current activities of the Central City Library named after Maxim Gorky of Rostov-on-Don.

History of libraries, exhibition activities, branding, Maxim Gorky

«Библиотеки, музеи: основные направления взаимодействия и сотрудничества»



Международная научно-практическая конференция

В СООТВЕТСТВИИ с Указом Президента Российской Федерации от 12 июня 2014 г. №426 в Российской Федерации 2015 год объявлен Годом литературы. Перед российскими учреждениями культуры ставятся в первую очередь такие задачи, как привлечение внимания россиян к чтению и литературе, стимулирование их интереса к книгам, к творчеству и личностям классиков и современных писателей. Российские учреждения культуры осознают, что для наиболее успешного решения поставленных задач им необходимо объединить свои усилия, поскольку такое сотрудничество будет способствовать реализации новых эффективных проектов.



Открывая Год литературы, Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы и Государственный мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна» организовали Международную научно-практическую конференцию «Библиотеки, музеи: основные направления взаимодействия и сотрудничества», которая состоялась 13–15 февраля 2015 г.

Организатором со стороны Библиотеки иностранной литературы выступил Международный культурный

центр. Основными задачами МКЦ являются: предоставление международному сообществу возможности системного ознакомления с русской культурой и научными разработками, осуществление программ, направленных на привлечение в страну начинающих зарубежных деятелей культуры и создание им условий для творчества и постоянно-



го профессионального развития в следующих областях: библиотечном, архивном, музейном деле, сферах литературного творчества и литературного перевода, управления культурой, продвижения и пропаганды национального наследия, культурного законодательства и других смежных сферах на базе обобщенного российского и зарубежного опыта.



Основными целями конференции были обмен знаниями в рамках музейного и библиотечного сообществ и выработка стратегии сотрудничества для

формирования единого информационного и культурного пространства на территории России. В конференции приняли участие российские и зарубежные библиотекари, музейные и архивные работники, писатели, искусствоведы, преподаватели.



В программу трёхдневного мероприятия вошли секции: «Совместная проектная деятельность библиотек и музеев: лучшие практики», «Виртуальные музеи и виртуальные библиотеки», «Библиотеки в музеях: проблемы хранения и изучения коллекций», «Библиотеки и музеи: проблемы возвращения перемещённых коллекций и ценностей», «Музеи в библиотеках».



В ходе конференции обсуждались следующие вопросы: правовое положение музейных библиотек; специфика функционирования музейных, мемориальных и усадебных библиотек; зару-

бежный опыт работы мемориальных библиотек; виды музейной деятельности, которые может осуществлять библиотека; функции музейных коллекций, сформированных на базе библиотек; вопросы исследования истории создания и

сохранения выдающихся книжных и музейных коллекций; исследования вывоза, послевоенного поиска и возвращения в культурное пространство перемещённых ценностей; исследование опыта библиотек и музеев в сохранении, эва-

куации и реэвакуации культурных ценностей; возможности и перспективы развития виртуальных музеев и библиотек и многое другое. Полные тексты докладов готовятся к публикации в отдельном сборнике.

**Резолюция
Международной научно-практической конференции
«Библиотеки, музеи: основные направления взаимодействия и сотрудничества»,
13-15 февраля 2015 года**

Организаторы: Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы имени М. И. Рудомино (ВГБИЛ) и Государственный мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна».

Участники: руководители и специалисты ведущих библиотек и музеев регионов России и зарубежных стран, представители архивного сообщества, представители Администрации Президента Российской Федерации и Минкультуры России.

Заслушано более 40 докладов по истории, современным проблемам и перспективам сотрудничества библиотек и музеев, других учреждений культуры и образования в области сохранения, популяризации и освоения культурно-исторического наследия.

Участники конференции отметили особую необходимость совместной международной деятельности музеев и библиотек. Взаимодействие библиотек и музеев должно стать одним из приоритетов в развитии культуры России и предметом внимания и попечения, как со стороны государства, так и со стороны профессиональных музейных и ведущих библиотечных сообществ (таких как Российская библиотечная ассоциация и Ассоциация музейных работников). Такое объединение способствует формированию единого культурно-исторического и информационного пространства, эффективности выполнения ряда основных функций музеев и библиотек — информационных, просветительских, воспитательных, образовательных, мемориальных и коммуникативных. Развитие государственной культурной политики представляется наиболее успешным в сочетании с разработкой разнообразных программ продвижения русского языка и отечественной литературы. Уникальный опыт русской библиотечно-усадебной культуры может эффективно использоваться в целях возрождения интереса к чтению на международном уровне.

Основные решения по итогам конференции

В библиотеках России должна появиться возможность создания музеев, музейных и мемориальных экспозиций. Участники конференции единогласно подчеркнули важность этого направления работы библиотек и указали на необходимость определения правового статуса. Важно включить в Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки пункт о праве библиотек на ведение мемориальной деятельности, организации в своем составе музейных отделов и музейных экспозиций. Необходимо утвердить особый статус именных библиотек и библиотек, имеющих в своём составе музейные отделы. Учёт и сохранность их коллекций должны соответствовать учёту и хранению музейных ценностей, находящихся в государственных музеях России.

Участники конференции рекомендуют библиотекам и музеям изыскивать средства, чтобы у хранителей коллекций появилась возможность изучения лучшего отечественного и международного опыта создания и содержания музеев. Необходимо организовывать библиотечную практику для музейных работников из регионов России, а также для иностранных специалистов, в том числе в рамках деятельности Международного культурного центра ВГБИЛ.

В свою очередь, аналогичную практику и курсы повышения квалификации следует организовать в музеях для библиотечных работников, обратив особое внимание на региональные библиотеки и музеи, в фондах которых нередко находятся ценные собрания, до сих пор не введённые в научный оборот.

Участники конференции, в рамках Международного центра по проблемам перемещённых культурных ценностей ВГБИЛ, поддерживают предложение о необходимости возобновления деятельности рабочей группы по Сводному каталогу культурных ценностей России, похищенных и утраченных в периоды войн и вооружённых конфликтов. Необходимо развивать и поддерживать совместную международную деятельность библиотек и музеев, направленную на восстановление коллекций, пострадавших в результате Второй мировой войны, что позволит начать масштабную международную программу «Возвращение». Важно повышать профессиональный уровень сотрудников региональных музеев и библиотек, занимающихся научным описанием и созданием письменных и электронных баз данных по перемещённым и утраченным культурным ценностям.

В соответствии с общими положениями Модельного стандарта деятельности общедоступной библиотеки участники конференции выражают стремление объединить библиотечные, музейные и архивные ресурсы с целью создания нового пространства книги. В частности, подчёркивают необходимость формирования мультимедийного «Музея книги» ВГБИЛ.

В целях широкого и полного информирования о совместной деятельности библиотек, музеев и архивов участники рекомендуют создать информационный ресурс на базе портала Музея-библиотеки Н. Ф. Фёдорова, порталов и сайтов других участников конференции.

Участники конференции считают, что проведение подобных мероприятий должно быть регулярным и носить междисциплинарный и межведомственный характер. Предлагается ежегодное проведение телеконференции «Библиотеки, музеи, архивы: основные направления взаимодействия и сотрудничества», и один раз в два года — проведение одноименной конференции на базе ВГБИЛ, Музея-усадьбы Л. Н. Толстого «Ясная Поляна» и Российского государственного гуманитарного университета.

Россия, Ясная Поляна 15 февраля 2015 г.

Дело всей жизни

Памяти выдающегося фондоведа —
Дарианна Васильевича Евсеева

(23 августа 1931 г. — 18 декабря 2014 г.)



18 декабря 2014 года на восемьдесят четвёртом году жизни ушёл из жизни выдающийся фондовед, сотрудник Российской национальной библиотеки Дарианн Васильевич Евсеев. Кажется, такие люди должны жить вечно. Для всех, кто знал его, дружил с ним, его уход — невосполнимая потеря. Добрыми словами его вспоминают родные, коллеги, друзья.

Одни бывают знаменитыми, другие заслуживают это.
Готхольд Лессинг

ДАРИАНН **ВАСИЛЬЕВИЧ** прошёл непростой жизненный путь. Большая часть его жизни была связана с ГПБ им. М. Е. Салтыкова-Щедрина (РНБ), с разработкой теории и практики формирования и использования библиотечных фондов.

Родился Дарианн Васильевич в 1931 г. в Ленинграде. Он очень рано потерял отца и воспитывался матерью, Масленниковой Анной Фёдоровной (1906–1956). В годы войны был эвакуирован в Кировскую область. В 1945 г. в возрасте 14 лет возвратился в Ленинград. После окончания средней школы (средняя мужская школа №5 Свердловского района города Ленинграда), поступил в Ленинградский горный институт (закончил два курса), но был вынужден оставить его по причине болезни.

С октября 1955 г. по октябрь 1962 г. он работал в Библиотеке Академии наук в обменно-резервном фонде Отдела ком-

плектования на должности помощника библиотекаря, библиотекаря и старшего библиотекаря. В 1960 г. Д. В. Евсеев окончил вечернее отделение Ленинградского Государственного библиотечного института им. Н. К. Крупской по специальности библиотекарь-библиограф высшей квалификации. В 1962 г. им была разработана «Инструкция по описанию и отражению в каталогах литературы группового хранения», утверждённая на-



учно-методическим советом отдела и рекомендованная для опытного внедрения. При его непосредственном участии были разработаны и одобрены разделы схемы классификации литературы группового хранения по разделам «Горное дело», «Металлургия», «Радиоэлектроника». С 1963 по 1965 г. он заведовал Научной библиотекой Института биологии внутренних вод АН СССР в Ярославской области, куда семья временно переехала из-за болезни дочери. В 1965–1967 гг. по возвращении в Ленинград заведовал заводской научно-технической библиотекой (ЦКБТО).

С 1967 г. до 1994 г. Дарианн Васильевич работал в Государственной пуб-

личной библиотеке им. М. Е. Салтыкова-Щедрина (ГПБ), ныне Российская национальная библиотека (РНБ). Переход в ГПБ сам Дарианн Васильевич в своей автобиографии объяснял желанием работать над кандидатской диссертацией, сочетая это с непосредственной производной работой*. Свою первую научную статью он опубликовал ещё в 1961 г., а к 1967 г. было опубликовано уже 12 научных статей и зарегистрировано 1 изобретение**.

Настоящая научная биография Д. В. Евсеева началась в Отделе комплектования ГПБ им. М. Е. Салтыкова-Щедрина (1967), где он заведовал группой текущего отечественного комплектования (получение обязательного экземпляра и все виды дополнительного комплектования).

Начало крупных исследований в ГПБ (РНБ) в области фондоведения относится к середине 1960-х гг. и связано с проводившимся в этот период упорядочением библиотечной сети в ряде районов страны, которое выдвигало на первый план проблему формирования книжных фондов массовых библиотек. В 1967 г. при Министерстве культуры РСФСР на базе ГПБ была организована **проблемная комиссия «Состояние и перспективы развития книжных фондов массовых библиотек»**, в которую, помимо сотрудников ГПБ, входили представители ГБЛ, ГПИБ, ГРЮБ, МГИК и ЛГИК. На комиссию возлагалось изучение теоре-

* Автобиография. Личное дело Евсеева Дарианна Васильевича // Архив РНБ, Фонд 10/1.

** Устройство для хранения рукописей и т. п. листовых материалов. Описание изобретения к авторскому свидетельству №135607. — Бюллетень изобретений. — 1961. — №3 (февр.). — С. 42–43. ▶

тических и практических вопросов формирования и использования книжных фондов городских, районных и сельских библиотек РФ, разработка рекомендаций по оптимальному объёму и составу фондов, научно обоснованных нормати-



вов книгообеспеченности, читаемости и обращаемости, определение перспектив развития и использования фондов. В исследовании приняли участие 10 ОУНБ, а в качестве баз исследования — 244 городских, районных и сельских библиотеки РФ. Девятнадцать тысяч читателей было охвачено анкетированием. Это было самое крупномасштабное исследование в истории фондоведения.

По рекомендации заведующей отделом комплектования Е. С. Боханевич, Д. В. Евсеев перешёл в научно-исследовательский отдел библиотековедения и стал членом проблемной комиссии «Состояние и перспективы развития книжных фондов массовых библиотек РСФСР». В группу исследователей проблемной комиссии вошли также будущие сотрудники Сектора исследования проблем комплектования и использования фондов государственных массовых библиотек: Л. Н. Агафонов, В. А. Акимова, Е. И. Панина, Г. Н. Разумовская, Т. И. Рукина, А. П. Селигерский, Т. Г. Яковлева.

С 1967 по 1976 г. Проблемной комиссией было издано 28 сборников, содержащих программы исследования, методики сбора, анализа и обобщения данных по комплектованию, составу и использованию фондов, статистические таблицы по составу фондов и читателей, материалы анкетирования и др. Уже на первом этапе исследования были разработаны рекомендации по ряду важных вопросов формирования фондов, улучшению текущего комплектования, обеспечению их оптимального состава по объёму и отраслевой структуре и т. д.

В 1971 г. приказом по Министерству культуры РСФСР №284 от 8 апреля 1971

г. был создан Сектор исследования проблем комплектования и использования фондов государственных массовых библиотек (СКМБ) — структурное подразделение (на правах отдела), с непосредственным подчинением заместителю директора по научной работе. Возглавил Сектор кандидат педагогических наук А. П. Селигерский. СКМБ образовался как постоянная рабочая группа Проблемной комиссии Совета по координации научных исследований Министерства культуры РСФСР «Состояние и перспективы развития книжных фондов массовых библиотек РСФСР».

С момента основания Сектора Дарианн Васильевич являлся одним из ведущих его сотрудников. Ведущей темой его работ в то время были вопросы формирования фондов технической литературы.

На основании разработанных в Секторе рекомендаций «**О состоянии и перспективах развития книжных фондов массовых библиотек РСФСР, совершенствовании практики их комплектования и использования**» (Комплектование и использование книжных фондов массовых библиотек РСФСР, 1972, вып. 10, с. 17-226) Коллегия Министерства Культуры РСФСР приняла развернутое постановление, которое предусматривало осуществление системы мероприятий, направленных на улучшение состава, комплектования и использования фондов массовых библиотек. В штат областных (краевых, АССР) библиотек была введена должность главного библиотекаря, ответственного за формирование и использование библиотечных фондов массовых библиотек. Проведённая в 1973 г. проверка выполнения этого постановления показала, что на основе высланных рекомендаций были повсеместно разработаны и утверждены планы мероприятий по улучшению состава, комплектования и использования книжных фондов массовых библиотек, успешно проводившиеся в жизнь, в ряде областей были созданы Советы по комплектованию, где они до этого времени не функционировали, приняты решения о выделении дополнительных ассигнований на комплектование сельских библиотек литературой в помощь сельскохозяйственному производству. Под особый контроль было взято на местах по-

лучение и распределение между библиотеками книг целевого назначения, решение о выпуске которых было принято в соответствии с рекомендациями проблемной комиссии.

Как показал анализ отчётов областных библиотек и библиотечной практики, материалы, разработанные Проблемной комиссией, и принятые по ним решения коллегии МК РСФСР, явились ведущими документами, определяющими основные направления в организации комплектования и изучении фондов библиотек.

С 1976–1991 гг. Дарианн Васильевич Евсеев руководил работой Сектора. По его инициативе подразделение расшири-



ло научный профиль и было переименовано в Сектор формирования и использования библиотечных фондов (СФИБФ), а затем в специализированное подразделение по проблемам библиотечного фондоведения (СБФ) в составе Научно-методического отдела ГПБ им. М. Е. Салтыкова-Щедрина.

Дарианн Васильевич был не только талантливым учёным, но и сильным организатором. Под его руководством сотрудники СФИБФ разрабатывали актуальные вопросы библиотечного фондоведения: теория и практика формирования книжного ядра библиотечного фонда; проблемы профилирования централизованных библиотечных систем; информативность библиотечного фонда; тематико-типологическое моделирование фондов ЦБС; книжный поток и потребности массовых библиотек в литературе; научные основы управления формированием библиотечных фондов; теория вторичного отбора литературы и проблема обновления библиотечных фондов. Эти работы стали классическим вкладом в теорию и практику библиотечного фондоведения.

Фондоведческие исследования Д. В. Евсеев организовывал, основываясь на известном в отечественном библиотеко-

ведении явления: постоянное несоответствие между читательскими потребностями и библиотечными возможностями их удовлетворения. Узловым моментом также стало несоответствие между структурой издательской продукции и возможностями комплектования фондов массовых библиотек. Он нашёл весьма удачное определение для феномена повторяемости ряда проблем, которые систематически возникают перед библиотековедением по мере развития общества, — это «вечные проблемы».

Дарианн Васильевич Евсеев выделил и дал характеристику наиболее общим особенностям объекта фондоведения — совокупного библиотечного фонда страны. Именно те особенности, которые создают в своей основе проблемы управления формированием библиотечных фондов, должны учитываться при их решении. Это: большие масштабы управляемой системы, её сложность, её децентрализация, архаичность форм и методов управления, слабая структурированность. Последнее выражается в наличии большой неопределённости при принятии управленческих решений, в невозможности зачастую формализовать информацию в количественных показателях. Эти идеи сохраняют силу и по сей день.

Основное научное достижение Д. В. Евсеева, как сейчас представляется, — создание нового фундаментального понятия — «библиотечно-информационная ситуация» (БИС): «это конкретная в условиях данного места и времени совокупность отношений между инфор-

мационно-библиотечными ресурсами, потребителями информации (читателями) и другими социально-экономическими компонентами». Деятельность массовой библиотеки по формированию собственных фондов полностью подчиняется библиотечно-информационной ситуации в зоне её работы и стране в целом и расценивается как «рабочее», «инструментальное» понятие. Д. В. Евсеев описал признаки «благоприятной» и «неблагоприятной» ситуации. В дальнейшем эти идеи были использованы специалистами СФИБФ при разработке маркетингового подхода к формированию библиотечных фондов массовых библиотек. Некоторые библиотековеды попытались заменить термин БИС и соответствующее понятие иное — «социокультурная ситуация».

Основной вклад Д. В. Евсеева в теорию библиотечного фондоведения состоит в том, что он указал на главный предмет библиотечного фондоведения: выявление и изучение закономерностей формирования фондов, что и обеспечивает подлинно научный характер управления фондами и эффективное решение частных вопросов. Он оказал огромное влияние на разработку теории и методики библиотечного фондоведения, опубликовал более 50 научных работ, с 1980 по 1989 г. выступил автором, составителем и научным редактором более 10 сборников по самым актуальным вопросам библиотечного фондоведения.

С января 1995 г. по 2007 г. Дарианн Васильевич работал в БАН в секторе

обменно-резервного фонда (ОРКОРФ), занимался приёмом и перераспределением научной литературы. Несмотря на то, что Дарианн Васильевич оставил РНБ в 1994 г., традиции, которые он заложил, поддерживаются, развиваются и свято чтятся его



последователями. Мы глубоко ценим его как учёного, как внимательного и вдумчивого руководителя. Его присутствия и советов нам всегда будет не хватать.

Дарианна Васильевича отличали такие качества, как уважение к окружающим, доброта и честность, любовь к своей семье. В памяти многих он остался как поразительно скромный, необыкновенной души человек. Умер он легко — дома, во сне. Так умирают люди, выполнившие своё предназначение на Земле. Светлая память о нём сохранится в наших сердцах.

Сотрудники Научно-исследовательского отдела библиотечных фондов (Сектора библиотечных фондов Научно-методического отдела библиотековедения)

*В. В. Шилов, Н. О. Тихонова,
И. В. Эйдемиллер*

Воспоминания коллег

Тамара Гурьевна Яковлева

С 1962 по 1983 г. работала в Государственной публичной библиотеке им. М. Е. Салтыкова-Щедрина. Главный библиограф, ст. редактор НМО. С 1968 г. занималась научно-исследовательской работой в области комплектования и использования книжных фондов государственных массовых библиотек (с 1968 г. в Отделе теории библиотековедения; с 1971 г. — в Секторе исследования проблем комплектования и использования фондов массовых библиотек

(СКМБ) и в Секторе формирования и использования библиотечных фондов (СФИБФ)).

У каждого человека есть своя миссия. Миссия Дарианна Васильевича заключалась в том, чтобы нести свет. Он обволакивал людей своей добротой и порядочностью. Всегда был сдержан, обладая при этом хорошим чувством юмора. Работать и общаться с ним было всегда в удовольствие. Десять лет работы под руководством Дарианна Васильевича были наполнены смыслом и ве-

рой. Как мудро заметил Эрнест Хемингуэй, «если ты веришь в своё дело и не перестаёшь работать — у тебя не может быть разочарования, разве что ты слишком падаешь до славы». Так работал Дарианн Васильевич, и мы вместе с ним.

Дарианна Васильевича отличало умение ладить с людьми, решать многочисленные проблемы, чутко улавливать жизненные перемены, воспринимать новое и претворять это новое в жизнь. Хороший организатор и глубокий учё-

ный, он смог направить усилия сотрудников Сектора на наиболее актуальные вопросы библиотечного фондирования. Мы разрабатывали теорию и практику формирования книжного ядра библиотечного фонда, увлечённо работали над проблемой профилирования централизованных библиотечных систем, изучали книжный поток и потребности массо-



Дарик в детстве

вых библиотек в литературе. Во всём проявлялся многогранный талант Дарианна Васильевича, всегда приводивший к успешному решению задач, стоящих перед сектором. Много сил было положено на организацию комплектования единого книжного фонда ЦБС сельской местности. Каждый сотрудник Сектора развивал своё направление. На мою долю выпало создание «Типового профиля единого книжного фонда для ЦБС сельского района» по атеизму, экономике, просвещению и медицине. Многочисленные выезды в регионы страны для оперативной проверки состояния дел в библиотеках, составление огромного числа справок для министерства, открытые и бурные обсуждения на методических советах, сборники научных трудов, — всё это было нашим делом, нашей жизнью.

Помнится его природная скромность, удивительная работоспособность и эрудиция. Человек Дарианн Васильевич был одарённый. Никогда не унывал и не отчаивался. Во всяком случае, не прино-

сил свои проблемы в коллектив. Был рад помочь каждому, кто нуждался в помощи. Это был человек высокой культуры и настоящий представитель интеллигенции. Любил людей, любил жизнь, но больше жизни он любил свою жену и детей.

Яковлева Тамара Гурьевна, коллега по работе в СФИБФ ГПБ им. С.Щедрина

Галина Васильевна Тараченко

С 1962 по 2005 г. преподаватель кафедры библиотекведения Ленинградского библиотечного института им. Н. К. Крупской, кафедры библиотекведения, кафедры библиотечных фондов и каталогов; доцент кафедры библиотекведения и теории чтения, канд. пед. наук, ведущий преподаватель по курсу «Библиотечные фонды», специализации «Менеджер библиотечных фондов» Санкт-Петербургского государственного института, культуры и искусств им. Н. К. Крупской.



6 ноября 1959. Д. В. Евсеев и Н. Д. Евсеева

Я познакомилась с Дарианном Васильевичем в конце 1960-х—начале 1970-х гг., когда Министерство культуры РФ активно занялось внедрением научных исследований в библиотеки разного типа и вида. При Министерстве были образованы проблемные комиссии по различным направлениям развития как библиотечной практики, так и теории. Одной из них была комиссия «Состояние и перспективы развития книжных фондов массовых библиотек». Этой проблемой занимался как раз Сектор комплектования и использования фондов государственных массовых библиотек ГПБ им. М. Е. Салтыкова-Щедрина. Так как ставилась задача соединения науки и практики, к работе в комиссии были привлечены и специалисты областных, районных, городских библиотек, и профессорско-преподавательский состав институтов культуры. Я как представитель Ленинградского госу-

дарственного института культуры им. Н. К. Крупской также вошла в её состав и стала вплотную работать с Дарианном Васильевичем.

Что импонировало в Дарианне Васильевиче? Высокий профессионализм, универсальный подход к проблеме развития. Он чётко понимал, что библиотечные фонды нельзя рассматривать изолированно, не изучая вопросы их непосредственного использования, книгоиздания, книгораспространения.



Д. В. Евсеев. 6 ноября 1959

Работать с Дарианном Васильевичем было очень комфортно, легко и интересно. Это был человек очень внимательный, вдумчивый. Он всегда относился с пониманием к различным идеям. Работа в проблемной комиссии позволяла использовать данные, которые собирались по всей России. В то же время мы привлекали к ней студентов заочников, которые проводили различные исследования на базе своих библиотек, внедряли научные идеи в практику. Наше сотрудничество было весьма плодотворным.

Нужно отметить организаторские и административные способности Дарианна Васильевича. Работа была организована таким образом, что все материалы были доступны для ознакомления и обсуждались. В обсуждении принимали участие все сотрудники, в то же время каждый занимался исследованием по своему направлению, по видам библиотек и отрасли. Например, я занималась проблемой комплектования фондов

массовых библиотек сельскохозяйственной литературой. Специалисты Сектора вплотную занялись решением вопроса книжного ядра. Задача разработки книжного ядра библиотечного фонда массовой библиотеки состояла не только в том, чтобы идти за спросом читателей, но и развивать их запросы, превратив их неосознанный интерес в потребность.



Ленинград. 1960-е годы

Разносторонность и широкий кругозор Дарианна Васильевича позволила ему сделать много интересного. Им было опубликовано много печатных работ. Он был составителем многих сборников материалов проблемной комиссии.

Наталья Олеговна Тихонова

С 1989 г. по настоящее время работает в Российской национальной библиотеке. С 1989 по 2001 г. в Секторе формирования и использования библиотечных фондов ГПБ им.М.Е. Салтыкова-Щедрина, с 2001 г. по 2014 г. — в Научно-исследовательском отделе библиотечных фондов. В настоящее время старший научный сотрудник Сектора библиотечных фондов Научно-методического отдела библиотековедения РНБ.

Познакомилась я с Дарианном Васильевичем задолго до того, как пришла работать в Публичку. Я тогда ещё училась в школе, и очень любила приходить к маме (Яковлева Тамара Гурьевна работала у него в секторе, а затем, став студенткой, и позаниматься. С замира-

нием сердца останавливалась перед стеклянными дверцами наглухо закрытых книжных шкафов, через которые заманчиво глядели толстые корешки старинных фолиантов в красивейших переплётках. Я принимала участие во всех выставках, где демонстрировались творческие работы детей сотрудников библиотеки и, несмотря на некоторую застенчивость, с трепетным удовольствием вела беседы со взрослыми. Я, ещё маленькая девочка, с первой встречи почувствовала бесконечный комфорт в общении с Дарианном Васильевичем. Создалось впечатление, что я знаю его всю жизнь. Позднее поняла, что это было умение Дарианна Васильевича говорить с каждым на его языке, на равных. Взрослела я, выросли и наши беседы. Он был великолепным рассказчиком, удивительным, добрым, скромным и невероятно тактичным человеком. Рядом с ним, мужчиной, не смеющим сидеть в присутствии стоящей женщины, последняя чувствовала себя волшебным.



1970-е годы

А потом, спустя много лет, случилось так, что в 1989 г. я пришла работать в сектор. После работы в молодом коллективе технической библиотеки одного из ленинградских НИИ, прийти в научный коллектив было страшновато. Но опасения оказались напрасными. Конечно, поначалу было не просто. Помню первый методсовет, замечания коллег, мой взгляд на проблему отличался от большинства, в голове одна мысль: «Что

я здесь делаю?!». Но вот заключительное слово берёт Дарианн Васильевич, и ко мне возвращается самообладание, просыпается голова. Оказывается, всё не так плохо, к моему мнению отнеслись с



1983 год

уважением и даже отметили заслуживающие внимания идеи. Похвалить человека бывает очень полезно, это поднимает его уважение к себе, вселяет веру в свои творческие силы. Именно такие моменты западают в душу на всю жизнь.

Три года работы с Дарианном Васильевичем — самые значимые в моём становлении в профессии. Вся дальнейшая работа стала приложением к тем



1980-е годы

базовым знаниям и навыкам, к тому миропониманию, которые он заложил в меня в пору моего профессионального становления. У каждого из нас Дарианн Васильевич умел найти крупинцы природных задатков, развить их и приумножить. Я бесконечно благодарна ему за то, что он научил меня не просто смотреть на свою профессию, но и видеть, и понимать, и уметь сказать обо всём нужным и простым, но ёмким словом.

Может со временем память о человеке и отходит на задний план, но тепло, ▶

которое он дарил, остаётся в сердцах. Радость, подаренная от чистого сердца, намного ценней, чем дорогие подарки. Невозможно забыть его добрую улыбку, серые, излучающие спокойствие, глаза, тихий голос... Хороший человек не умирает, — он просто перестаёт быть рядом.

Эйдемиллер Ирина Всеволодовна

С 1985 г. по настоящее время работает в Российской национальной библиотеке. С 1985 по 2001 г. в Секторе формирования и использования библиотечных фондов ГПБ им.М.Е. Салтыкова-Щедрина, с 2001 г. по 2014 г. — в Научно-исследовательском отделе библиотечных фондов. Заведующая научно-исследовательским отделом библиотечных фондов РНБ (2003–2014), в настоящее время заведующая сектором библиотечных фондов Научно-методического отдела библиотековедения РНБ.



1985 год

Я пришла работать в Сектор формирования и использования библиотечных фондов (СФИБФ) Государственной публичной библиотеки им. М. Е. Салтыкова-Щедрина (ныне Российская национальная библиотека) в феврале 1985 г. по рекомендации Галины Васильевны Тараченко. В 1983 г. я окончила Ленинградский государственный институт культуры и после его окончания три года работала в научной библиотеке Дирекции объединения музеев Ленинградской области и занималась непосредственно текущим комплектованием. Работа мне очень нравилась. Моя специализация на старших курсах института была связана с формированием библиотечных фондов. Галина Васильевна Тараченко была научным руководителем моего диплома, посвящённого статистическому анализу формирования и использования библиотечных фондов ЦБС Ленинградской области. Работа над дипломом приносила большое удов-

летворение. Тогда я впервые почувствовала вкус к научной, аналитической работе. Было приятно, что исследование носило не просто теоретический, а прикладной характер, помогало практикам разобраться в эффективности использования своих библиотечных фондов, получить практические рекомендации.

Заведующим Сектора был Дарианн Васильевич Евсеев. Принимали меня на работу очень серьёзно. У меня было впечатление, что я поступаю на работу как минимум в научное подразделение Академии наук. Сначала Дарианн Васильевич попросил принести мой диплом и недели две его внимательно читал. Потом он пригласил меня на беседу и в конце её попросил написать маленькую статью по результатам дипломного исследования. Наконец, решение было принято, и меня взяли в Сектор с испытательным сроком 3 месяца на должность младшего научного сотрудника. Моя работа в Секторе началась с изучения 28 сборников трудов «Проблемной комиссии по комплектованию и использованию книжных фондов массовых библиотек». Это помогло мне плавно войти в круг научных проблем Сектора и познакомиться с основными авторами и направлениями деятельности ведущих специалистов: А. П. Селигерского, В. Н. Акимовой, Л. Н. Агафонова, Д. В. Евсева, Е. И. Паниной, Т. Г. Яковлевой. Такое погружение длилось примерно месяц. После этого мне было поручено самостоятельное направление работы.

Сектор работал над созданием «Примерного тематико-типологического профиля комплектования библиотечных фондов ЦБС». Практически по всем направлениям фонда специалистами Сектора к этому времени были подготовлены типовые модели комплектования библиотечных фондов и методические указания. Принципиальные подходы к тематико-типологическому профилированию были разработаны В. Н. Акимовой. Требовалось обобщить опыт этой работы и подготовить «Общие методические указания к примерному тематико-типологическому профилю ЦБС». Дарианн Васильевич проводил со мной ежедневные беседы, которые помогали вникнуть в материал и увидеть большое количество факторов, влияющих на формирование библиотечного фонда: состояние книжного рынка и из-

дательской продукции, анализ структуры читательского спроса, в том числе важность учёта неудовлетворённого читательского спроса, состав и использование имеющегося библиотечного фонда. Занявшись изучением массива тематических отказов, я сделала маленькое открытие. Ядро потребностей читателей массовых библиотек в отраслевой литературе оказалось связанным с комплексом «Дом. Быт. Семья. Досуг», а это, в свою очередь, — с жизненным циклом человека. Каждый человек, входя во взрослую жизнь, испытывает определённые информационные потребности, связанные с ключевыми событиями в его жизни: создание семьи, рождение ребёнка, обустройство дома, самореализация себя, как в профессиональных, так и в различных любительских занятиях, а затем постепенное старение, подготовка к перестройке образа жизни, к уходу на пенсию. Поэтому в примерном тематико-типологическом профиле комплектования массовой библиотеки эти постоянно возобновляющиеся потребности, основанные на содержании всего жизненного цикла человека, должны были быть отражены.

Дарианн Васильевич всячески поддерживал мои идеи, которые поначалу казались мне бредовыми, помогал укрепиться в своей позиции. Это был совершенно новый и даже неожиданный подход. В то время любые отступления от строгого следования ББК рассматривались как революция. Пожалуй, если бы не сильная поддержка Дарианна Васильевича, ничего бы не получилось. Затем эти идеи удалось развить в разработке моделей фондов для «Библиотеки семейного чтения» и в пособии «Маркетинговый подход к формированию библиотечных фондов публичных библиотек».

Почти с самого начала работы я стала посещать ежедневную выставку обязательного экземпляра и следить за текущим книжным потоком. Ежедневно эту выставку посещал и Дарианн Васильевич. Большое удовольствие было наблюдать за ним со стороны. За тем, как он бережно брал книгу за корешок, рассматривал обрез, качество типографской печати и вид скрепления страниц (клеевое, швейное), иллюстрации. Мне кажется, даже нюхал. Только после этого он смотрел, что книга представ-

ляет из себя по содержанию, кто её автор, какого она объёма. Часть этих приёмов была мне знакома по Институту — так книгу смотрели книговеды Иосиф Евсеевич Баренбаум, Инга Александровна Шомракова, которые читали нам в Институте курс истории книги и рассказывая нам о различных книжных редкостях. Но современную книгу так внимательно и скрупулёзно смотрел только Дарианн Васильевич. Затем он делал выписки на карточки и использовал эти карточки в работе над статьями, приводя примеры отдельных книг, для самообразования, пробуя немедленно внедрить в нашу жизнь новейшие научные направления, методы обработки материала, статистические факты и т. д.



БАН

Он всё это проделывал так вкусно и виртуозно, что хотелось немедленно схватить книгу, которую он только что внимательно изучал, и посмотреть, что же там такого интересного. Он заразил меня «книжной болезнью» и интересом ко всему новому на всю жизнь.

Именно это позволило мне в 1990-е годы, когда в России стал формироваться свободный книжный рынок, заняться изучением моделей книгоснабжения библиотек и механизмами ценообразования на книжном рынке, а затем и проблемами госзакупок.

В том, что я состоялась как научный сотрудник, а затем как руководитель Сектора и Научно-исследовательского отдела библиотечных фондов РНБ, я обязана в основном Дарианну Васильевичу Евсееву. Мне очень повезло, что именно он стал моим первым начальником. Мы всегда старались сохранить традиции, которые были им заложены, развивать его идеи, сохранять ту творческую, дружелюбную атмосферу, которая царила в Секторе, и в тоже время поддерживать качество научных исследований, которые неизменно признавались профессиональным сообществом и которыми мы всегда гордились.

Леонова Татьяна Капитоновна
Ветеран Российской национальной библиотеки (1968–1997 гг.), ст. редактор, главный библиотекарь НМО, ст. научный сотрудник НИОБ, зав. сектором фондов ОФО, ст. научный сотрудник сектора депозитарного хранения, отдела комплектования РНБ.

Дарианна Васильевича Евсеева я знала как коллегу по работе в Публичной, ныне Российской национальной библиотеке, в разных её отделах — научно-методическом, научно-исследовательском, фондов и обслуживания, комплектования. Сотрудничала с ним в ходе решения общебиблиотечных проблем, общалась за её пределами, когда мы выезжали в командировки в те или иные регионы страны. Особенно памятна была поездка в Челябинск. Я видела, какой интерес вызывают его опыт, мнение по важнейшей проблеме библиотек — их комплектования. Он был профессионален, неизменно доброжелателен, удивительно скромнен, тактичен. Это была светлая личность. Земные ему память и уважение. Царствие небесное!

Сапарова Вера Григорьевна
Главный библиотекарь, Библиотека академии наук, ОРКОРФ. В БАН с 1969 г., сподвижник великой эпохи депозитарного хранения.

Дарианн Васильевич Евсеев пришёл работать в Отдел ретроспективного комплектования и обменно-резервного фонда БАН, когда мы уже переехали после пожара на новое место, в стоящее по соседству здание — бывшие склады старого гостиного двора. Мы уже разместили фонд на стеллажах, наладили текущую работу с литературой: приём, разбор, описание, размещение, предложение и перераспределение, оформление выдачи.

У Дарианна Васильевича был огромный жизненный опыт и опыт работы с библиотечными фондами. Он улучшил и реорганизовал тематическое размещение литературы для предложения клиентам обменного фонда. Всё меняется в библиотечной жизни, но у нас до сих пор сохранились на стеллажах названия рубрик, написанные его рукой.

Раз в две недели Дарианн Васильевич усаживался у городского телефона и звонил предполагаемым клиентам. Об-

ращался он к главным руководителям организаций. Это были средние учебные заведения, вузы, музеи, больницы, были клиенты и из новостей радио и телевидения. Произносил неоднократно отработанный текст — бархатный тембр, твёрдая, требовательная интонация. Авторитет Академии наук действовал. Через несколько дней, а иногда и назавтра, приходили люди, изучали наши предложения на месте, отбирали литературу. Некоторые появились у нас только один раз, другие приходили дважды в год, по мере накопления литературы, а некоторые приходят и сегодня.

Дарианн Васильевич встречал новых людей любезно, умел разговаривать. Завязывались деловые и дружеские отношения. В библиотеках работали интеллигентные люди, энтузиасты своего дела. Многие занимались отбором литературы до самого своего выхода на пенсию или вплоть до реформирования организации.



7 марта 2002 г. БАН. ОРКОРФ (отдел ретроспективного комплектования обменно-резервного фонда).

Одна из функций отдела — списание. Чтобы не списать не устаревшие материалы, Дарианн Васильевич изучал программы и методички для студентов по разным предметам и курсам обучения. Объёмы перераспределяемой литературы были большими. Это и залежи, которые БАН получила от библиотек страны как помощь для восстановления фондов после пожара 1988 года, и то, что образовалось из отсевов и дублетов текущего комплектования. Оргтехники тогда ещё не было, списки и все документы заполнялись от руки. Дарианн Васильевич проявлял в этом большую педантичность.

Среди сотрудников отдела были молодые, учащиеся в профильном институте, девушки. Атмосфера царила доброжелательная, оптимистичная. Хотя это были голодноватые, «талонные» ▶

годы, праздновались и красные даты, и Новый Год. Дарианн Васильевич писал поздравления, скетчи — весёлые, остроумные и тактичные. Делал сотрудникам маленькие милые подарки. Никогда он не был назойливым или сварливым. Ря-

дом с ним было хорошо. На своё место Дарианн Васильевич привёл внука, Александра Дмитриевича, который владеет ПК лучше всех в отделе, относится к старшим сотрудникам сдержанно, но миролюбиво, несёт большую нагрузку

как единственный мужчины в женском коллективе. В выпущенной к 300-летию БАН энциклопедии сотрудников отмечена династия Евсеевых.

Жизнь продолжается.

Воспоминания родных

Дарианн Васильевич был настоящим ленинградским интеллигентом, именно таким, каким рисует ленинградцев народная молва. Я запомнил, с какой заботой и теплотой он относится к Нинель Дмитриевне. Это его отношение оставалось таким на протяжении всех пятнадцати лет нашего знакомства. Вместе с тем он не был подкаблучником и легко вливался в любую мужскую компанию, где чувствовал себя естественно и непринуждённо. Тёща очень любит лес, и часто просила отвезти её на машине за



грибами. Дарианн Васильевич по причине очень плохого зрения не мог её сопровождать, но всегда ездил с нами, чтобы быть рядом; он не отходил далеко от машины и, прогуливаясь по лесной дорожке, время от времени покрикивал: «Нинелечка, Нинелечка!», надеясь, что его голос будет ориентиром для жены.

(зять Михаил, инженер, Москва)

С дядей Дариком я познакомилась в августе 1970 года, когда вместе с подругой приехала на выходные дни на дачу, которую снимало на лето семейство Соколовых-Евсеевых. Небольшим отрядом мы отправились в лес за грибами. Дядя Дарик был за старшего в нашей группе. Его удивительная скромность и мягкость в общении создали атмосферу доброжелательности и какого-то ненавязчивого порядка. Он нам рассказывал о природе, растениях, лесных приметах, отвечал на

наши вопросы. Лес стоял сплошной стеной, но в лесной чащобе было не страшно — рядом находился уверенный, знающий человек. На полянке, где мы решили отдохнуть и разобрать собранные трофеи, дядя Дарик рассказывал о грибах, делился знаниями о природе, о лесе. Это было интересное общение, которое запахло в душу на годы.



Когда я стала членом семьи Соколовых, то почти год жила в их квартире. В памяти сохранились воспоминания об удивительно теплых отношениях между Дарианном Васильевичем и его тёщей, Надеждой Степановной. Она относилась к нему, как к сыну, называла его «Даричек», а он её — «мамой», отвечал ей заботой и вниманием. Когда семья Евсеевых получила новую квартиру, они с детьми часто приезжали к Надежде Степановне. Запомнилось их теплое общение, доброжелательность и сердечность этих встреч

(Надежда Фролова, родственница, инженер, Петербург)

Знаю Дарика почти всю жизнь, с 1950-х годов. С его женой Ниной мы учились на восточном факультете ЛГУ, близко познакомились, когда я работала в Институте востоковедения, а Нина в ОЛСАА ГПБ. Мы вместе водили наших детей (я дочь, а он — сына) в танце-

вальный кружок в Дом Учёных на Дворцовой набережной, позже стали встречаться семьями. Дарик очень любил такие встречи, принимал в них активное участие, был радушным гостеприимным хозяином. Можно было прийти неожиданно, и если Дарик был дома, то начинал радостно хлопотать на кухне, чтобы накормить гостей. Он вообще относился к близким людям с большим вниманием и заботой, и всегда с подчеркнутым уважением — к женщинам

(Р. Шарафутдинова, арабист-филолог, друг семьи, Петербург)

Дарик часто ездил в командировки, причём не только в массовые библиотеки РСФСР, которые курировал Научно-методический отдел ГПБ/РНБ, но и по всему СССР. К командировкам он всегда тщательно готовился, предварительно изучая краеведческую и историче-



скую литературу. Недавно я разбирала его письма и нашла давнее письмо из Грузии. Заведующая библиотекой благодарит Дарика за присланные ей книги, говорит, что они очень пригодились в работе, а по материалам межбиблиотечной конференции был издан сборник, правда, на грузинском языке, но «мне из Кутаиси написали, что Вы знаете грузинский язык». Дарику везде удавалось стать своим человеком, так как его интерес к другим людям был искренним

(Нинель Дмитриевна)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА «БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО»

Фирсов Владимир Руфинович, заместитель генерального директора Российской национальной библиотеки,
доктор педагогических наук, председатель редакционной коллегии

Басов Сергей Александрович, заведующий научно-методическим отделом библиотковедения Российской национальной библиотеки,
кандидат педагогических наук, заместитель председателя редакционной коллегии

Гордзикалова Галина Феофановна, заведующая кафедрой гуманитарной информации Санкт-Петербургского государственного
университета культуры и искусств, доктор педагогических наук, профессор

Тосина Людмила Игоревна, ведущий научный сотрудник Библиотеки по естественным наукам Российской академии наук,
доктор филологических наук

Добрюзина Светлана Александровна, директор Федерального центра консервации библиотечных фондов Российской национальной
библиотеки, доктор технических наук

Жабко Елена Дмитриевна, заместитель генерального директора по информационным ресурсам Президентской библиотеки
им. Б. Н. Ельцина, доктор педагогических наук

Леликова Наталья Константиновна, заведующая отделом библиографии и краеведения Российской национальной библиотеки,
доктор исторических наук

Лихоманов Антон Владимирович, генеральный директор Российской национальной библиотеки, кандидат исторических наук

Михеева Галина Васильевна, ведущий научный сотрудник отдела истории библиотечного дела Российской национальной
библиотеки, доктор педагогических наук

Николаев Николай Викторович, заведующий отделом редких книг Российской национальной библиотеки,
доктор филологических наук

Соколов Аркадий Васильевич, доктор педагогических наук, профессор

Соколова Наталья Викторовна, директор Института корпоративных библиотечных информационных систем,
кандидат технических наук

Черняк Мария Александровна, профессор кафедры новейшей русской литературы Российского государственного педагогического
университета им. А. И. Герцена, доктор филологических наук

Колесникова Марина Николаевна, заведующая кафедрой библиотковедения и теории чтения СПбГУКИ,
доктор педагогических наук, профессор



*Бренд — это любое имя собственное.
Каждый из нас является брендом, и если мы рассчитываем
добиться в жизни успеха, нам необходимо признать себя
такowymi и действовать соответственно.*

