Научная статья
 УДК 027.54:070(470)
<https://doi.org/10.20913/2618-7515-2025-1-68-72>

Имидж первых российских государственных библиотек в средствах массовой информации

Image of the First Russian State Libraries in the Media

© **Орлов Виктор Владимирович**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры
 библиотековедения и теории чтения, Санкт-
 Петербургский государственный институт
 культуры, Дворцовая наб., 2, Санкт-Петербург,
 191186, Россия
 ORCID: 0009-0006-0600-0281
 e-mail: viktor_orlov@inbox.ru

Orlov Viktor Vladimirovich

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate
 Professor, Department of Library Science
 and Reading Theory, St. Petersburg State
 Institute of Culture,
 2 Dvortsovaya emb., St. Petersburg, 191186, Russia
 ORCID: 0009-0006-0600-0281
 e-mail: viktor_orlov@inbox.ru

Аннотация. В статье имидж первых российских государственных библиотек (Библиотеки Российской академии наук и Российской национальной библиотеки) рассмотрен в контексте их работы со средствами массовой информации. Подчеркивается уникальность имиджа национальных и схожих с ними по масштабам деятельности государственных библиотек. Цель статьи – выявить тенденции освещения деятельности этих библиотек в прессе. Сегодня, несмотря на востребованность традиционных журналистских средств (пресс-релиз, пресс-конференция и др.), в продвижении имиджа организаций на ведущие позиции выходят так называемые новые медиа – SMM (Social Media Marketing), видео-контент (в том числе короткие вертикальные видео) и т. д. Подтверждается выдвинутая ранее в профессиональной литературе гипотеза о том, что библиотеки будут создавать не только отдельные службы по работе со средствами массовой информации (СМИ), но и целые подразделения, которые сами производят медиаконтент. Констатируется, что корпоративные медиа, которые пережили пик своей популярности в России в конце XX – начале XXI в., меняют форматы, но по-прежнему остаются актуальными и для библиотек. Вывод исследования состоит в том, что имидж библиотечной профессии на современном этапе связан с парадоксом раздвоения – мониторинг и аудит СМИ показывают, что имидж библиотек и библиотекарей транслируется ими как не очень успешный, однако любое упоминание имеет положительную коннотацию.

Ключевые слова: библиотеки, имидж, СМИ, медиа, медиарелейшнз, SMM

Для цитирования: Орлов В. В. Имидж первых российских государственных библиотек в средствах массовой информации // Труды ГПНТБ СО РАН. 2025. № 1. С. 68–72. <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2025-1-68-72>

Abstract. The image of the first Russian State libraries (the Library of the Russian Academy of Sciences and the National Library of Russia) is examined in the context of their work with the mass media. The uniqueness of the image of national and similar in scale of activity state libraries is emphasized. The purpose of the article is to identify trends in the coverage of these libraries' activities in press. Today, despite the demand for traditional journalistic means (press release, press conference, etc.), the so-called «new media» – SMM (Social Media Marketing), video content (including short vertical videos), etc. – are taking leading positions in promoting the image of organizations. The hypothesis previously put forward in the professional literature is confirmed that libraries will create not only individual services for working with the media, but also entire divisions that themselves produce media content. It is stated that corporate media, which experienced the peak of their popularity in Russia at the end of the 20th – beginning of the 21st centuries, are changing formats still remaining relevant for libraries. The conclusion of the study is that the image of the library profession at the present stage is associated with the paradox of bifurcation – media monitoring and auditing show that the image of libraries and librarians is conveyed as not very successful, but any mention has positive connotation.

Keywords: libraries, image, media, media relations, new media, SMM

Citation: Orlov V. V. Image of the First Russian State Libraries in the Media // Proceedings of SPSTL SB RAS. 2025. No. 1. P. 68–72. <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2025-1-68-72>

Введение

Статья продолжает ряд монографий и статей, посвященных имиджу библиотек в средствах массовой информации (СМИ). Тема имиджа библиотек весьма популярна в зарубежных исследованиях. Ее разработкой занимались Э. Эббот, С. Берк, Дж. Э. Хэнниган, П. Шуман. Отдельно стоит отметить работы Д. О. Карле, Дж. Эллисона, Дж. М. Филструпа, посвященные изучению образов библиотек и библиотекарей в художественной литературе, фильмах и СМИ.

В отечественной библиотечной науке темой имиджа библиотек в разных ее аспектах занимались О. О. Борисова, А. Н. Ванеев, М. Ю. Матвеев, С. Г. Матлина, О. В. Лысыкова, В. В. Орлов и др. В области изучения имиджа библиотек в литературе и СМИ следует в первую очередь назвать монографии М. Ю. Матвеева и Д. К. Равинского, а также статьи этих авторов на страницах профессиональных периодических изданий [1]. Особенно отметим работы М. Ю. Матвеева, который внес решающий вклад в разработку данной проблематики в нашей стране [2; 3].

С точки зрения отражения имиджа библиотечной профессии средства массовой информации в российском библиотековедении уже рассматривались вместе с массовой художественной литературой, а также изучался опыт медиарилейшнз (связей со СМИ) отдельных библиотек – Императорской публичной библиотеки, Государственной публичной библиотеки им. М. Е. Салтыкова-Щедрина, Российской национальной библиотеки, Национальной библиотеки Эстонии, Библиотеки университета Отто фон Герике [4; 5], Нью-Йоркской публичной библиотеки [6].

Особое место в структуре репутации библиотек занимает имидж национальных библиотек, которому посвящена монография М. Ю. Матвеева [7]. Национальные библиотеки уникальны по сравнению с другими, в том числе и с точки зрения имиджа. Национальные, федеральные и государственные библиотеки (ранее – императорские) олицетворяют могущество своих государств, поэтому чаще других библиотек упоминаются в СМИ. В то же время внимание целевых групп к национальным библиотекам трудно назвать повышенным. Например, Императорская публичная библиотека, в конце XVIII века задуманная Екатериной Великой в соответствии с идеями французских просветителей («библиотека – материализованная энциклопедия») как общенациональное универсальное книгохранилище, даже во второй половине XIX в., когда она переживала настоящий расцвет, не могла похвастаться постоянным присутствием на страницах печати.

В целом заявленная тема не полностью разработана, так как в отличие от создания

и совершенствования конкретно имиджа библиотек представляет скорее исследовательский, а не практический интерес, поэтому ее изучение на современном этапе представляется актуальным в первую очередь с исторической точки зрения.

История и современное состояние медиарилейшнз Библиотеки Российской академии наук и Российской национальной библиотеки

Очень важным с точки зрения медиарилейшнз, безусловно, является опыт двух, по существу, первых российских государственных публичных библиотек. Это объясняется, во-первых, тем, что в России до XVIII в. не существовало профессиональных печатных СМИ (была лишь рукописная газета «Вести-Куранты»), а во-вторых, отсутствии необходимости привлечения в библиотеки читателей (личные, монастырские и специальные государственные библиотеки в популярности не нуждались).

В начале XVIII в. единственной публичной и научной государственной библиотекой в России была Библиотека академии наук (БАН), поэтому в некоторых печатных изданиях ее называли Императорской Библиотекой, Петербургской Библиотекой и даже просто Библиотекой. Библиотека и Кунсткамера входили в программу обязательного посещения достопримечательностей города иностранцами. По их внешнему виду и внутреннему состоянию судили о русской культуре и Петербурге как культурной столице. Факт отражения деятельности библиотеки на страницах иностранной печати «не только говорит о высоком культурном значении библиотеки, но и показывает, насколько важным являлось основание такого учреждения в России для других стран и как восприняли это событие за рубежом» [8, с. 241]. Несмотря на то что БАН пережила несколько пожаров, наиболее существенный не только физический, но и репутационный ущерб был нанесен ей именно печально известным пожаром 15 февраля 1988 г., который активно освещался в СМИ.

Разветвленная система печати (включала так называемые нишевые издания, специализирующиеся в той или иной отрасли) при полном государственном контроле и монополии сложилась в России в XIX в., поэтому исторически значимые связи со средствами массовой информации первой начала устанавливать именно Императорская публичная библиотека (ИПБ, ныне – Российская национальная библиотека, РНБ), которая в первой половине XIX в. осуществила колоссальный прорыв с точки зрения своего становления и накопления фондов, а во второй половине XIX в. – с точки зрения открытости для публики и новизны методов привлечения читателей.

Первая печатная информация об ИПБ появилась 18 (29) мая 1795 г. в старейшей регулярной российской газете «Санкт-Петербургские ведомости» (13 января 1703 г. по указу Петра I вышел в свет номер первой публичной печатной российской газеты – «Ведомости», с 1728 г. – «С.-Петербургския Ведомости»). По своей сути это была реклама библиотеки. Необходимо отметить, что первая печатная реклама встречается в газете «Ведомости» уже в начале XVIII в., а в XIX в. реклама в этом издании становится основным среди других жанров.

Благосклонное отношение РНБ к публичности и печати традиционно. В силу статуса вовлеченность библиотеки в петербургскую и российскую культурную жизнь являлась неременным условием ее существования с момента открытия для посетителей. Взлет общественного интереса к сохранению наследия предков в значительной степени был вызван и внешнеполитическими событиями – наполеоновскими войнами. Поэтому широкое освещение деятельности библиотеки в печати было неизбежным.

С самого основания к службе в библиотеке привлекались, как бы мы сейчас сказали, медийные личности, лидеры общественного мнения, большинство из которых в силу литературоцентричности тогдашнего общества сами были литераторами и публицистами: И. Крылов, Н. Гнедич, А. Дельвиг, К. Батюшков, В. Стасов и др.

В прессе того времени об ИПБ отзывались как об «общенародном хранилище» и отмечали, что всякий читатель, независимо от звания и чина, имеет в нее свободный вход. Также писали о ее музейных функциях – ознакомлении публики с книжными и рукописными фондами, осмотре библиотечных интерьеров, стремлении служащих сопровождать осмотр библиотеки рассказом о характере, истории, значении экспонируемых на выставках предметов.

Еще при директоре А. Н. Оленине начали выходить в свет печатные отчеты о работе библиотеки. Издавался ежегодный каталог «Чтение посетителей Императорской публичной библиотеки». Интерес русского общества к деятельности библиотеки выражался и в том внимании, которое публика оказывала ежегодным отчетам библиотеки. К 1851 г. многие русские журналы и газеты («Отечественные записки», «Современник», «Санкт-Петербургские ведомости» и др.) считали необходимым регулярно печатать отзывы об этих отчетах. Ежегодно появлялось несколько статей и заметок о библиотеке, ее устройстве, организации обслуживания читателей.

18 октября 1849 г. директором ИПБ был назначен барон Модест Корф, который считается самым успешным директором в истории библиотеки. Будучи к тому моменту автором множества статей

и заметок в журналах и газетах («Сын отечества», «Северная пчела», «Санкт-Петербургские ведомости» и др.), он отлично понимал роль прессы. Именно при Корфе материалы об ИПБ в печати стали появляться на регулярной основе [9].

Отдельно следует остановиться на жизнеописании журналиста из ИПБ Рудольфа Минцлова, чья работа во многом является своеобразным примером деятельности современных пресс-служб.

Жизнь и творчество Рудольфа Минцлова (1811–1883 гг.) тесно связаны с ИПБ, сотрудником которой он был несколько десятилетий. В жизни библиотеки Минцлов выступал в том числе и как журналист. На страницах петербургской газеты, издававшейся на немецком языке, в 1848–1851 гг. Минцлов опубликовал серию статей под общим заглавием «Санкт-Петербургская хроника» – еженедельное описание жизни средних городских слоев. «Санкт-Петербургская хроника» является важным документальным источником изучения культурной жизни российской столицы середины XIX века.

Традиции Минцлова продолжают современные журналисты из РНБ: театральный критик Евгений Соколинский; литературный и кинокритик, публицист Никита Елисеев; журналист Валентина Амбросенкова и др. Таким образом, сегодня не только профессиональная пресса – газеты «Санкт-Петербургские ведомости», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Санкт-Петербургский курьер», журнал «Досуг», рекламные газеты «Среда Петербурга», «Петербургская афиша», «Метро», «Утро Петербурга» и другие – печатают материалы о РНБ, но и сами сотрудники библиотеки осуществляют публикацию собственных информационных заметок в печатных СМИ, научных статей, статей в профессиональных и других изданиях о деятельности и мероприятиях РНБ.

Празднование в 1914 г. столетия открытия ИПБ вызвало большой интерес российской и зарубежной прессы. Газеты и журналы разных направлений посвятили библиотеке статьи, публикации, фотоматериалы. В российской и мировой библиотечной практике прежде не было сравнимых по масштабу публичных мероприятий. Только спустя почти век, в 1995 г., свой широкомащтабный проект по празднованию столетнего юбилея реализовала Нью-Йоркская публичная библиотека. PR-кампания Нью-Йоркской публичной библиотеки тоже вошла в число самых успешных и эталонных в мировой практике (не только среди библиотечных): специальные акции, услуги, выставки и программы, посвященные столетию библиотеки, стали основой для более чем 1700 статей, по меньшей мере, на восьми языках (в том числе в общенациональном издании New York Times, в элитарном литературном журнале New Yorker и т. д.).

Всего с 1795 по 1917 г. Императорской публичной библиотеке было посвящено около 3000 оригинальных публикаций. Число достаточно солидное, но, конечно, в эпоху «новых медиа» – SMM (Social Media Marketing) – таких показателей можно добиться в гораздо более короткие сроки [10]. В то же время на современном этапе ввиду увеличившейся конкуренции в сфере культуры и досуга для того, чтобы сохранить внимание средств массовой информации, РНБ приходится прилагать значительные системные усилия.

На рубеже XX–XXI вв. произошел новый выход РНБ на зарубежную аудиторию: запущен цикл документальных программ о Российской истории («BBC Radio – 4», Библиотека Вольтера), сюжеты о Федеральном центре консервации библиотечных фондов (информационное агентство «Associated Press», канал «Euro News»), международный проект «Синайский кодекс» и др.

Еще недавно, говоря о продвижении, мы имели в виду в первую очередь журналистские методы информирования (пресс-релиз, пресс-конференция и др). Сегодня, несмотря на востребованность традиционных журналистских средств, можно с уверенностью сказать, что речь идет об SMM, видеоконтенте (в том числе коротких вертикальных видео) и т. д., из которых пользователи могут получить интересующую их информацию максимально полно и оперативно, без временного «зазора», характерного для традиционных СМИ и издательской продукции¹.

Заключение

Таким образом, подтверждается высказанная ранее в профессиональной литературе гипотеза о том, что библиотеки будут создавать (и даже уже создают) не только отдельные службы по работе со СМИ, но и целые подразделения (отделы, департаменты и т. д., с разными названиями, но примерно одинаковым функционалом), которые сами производят медиаконтент. В этом смысле библиотеки лишь с небольшим опозданием идут за медиакоммуникациями в других сферах – политической, банковской, спортивной и т. д. Кроме того, корпоративные медиа, которые пережили пик своего развития и популярности в России в 1990-е и нулевые годы, меняют форматы, но по-прежнему остаются актуальными и для библиотек.

Феномен имиджа библиотеки заключается в том числе в парадоксе его разделения на идеальный, зеркальный и реальный, хотя все три существуют одновременно в единстве пространства и времени. В свою очередь феномен имиджа библиотечной профессии на современном этапе связан с парадоксом раздвоения. Мониторинг и аудит СМИ показывают, что имидж библиотек и библиотекарей транслируется ими как не очень успешный, однако любое упоминание имеет положительную коннотацию.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликтов интересов, требующих раскрытия в этой статье.

¹ Назаренко А. Н. Визуальные образы в культурном пространстве современных медиа. URL: <https://www.dissercat.com/content/vizualnye-obrazy-v-kulturnom-prostranstve-sovremennykh-media> (дата обращения: 30.06.2024).

Список литературы

1. Матвеев М. Ю., Равинский Д. К. Образ библиотеки в произведениях художественной литературы : лит.-социол. очерки. Санкт-Петербург : Рос. нац. б-ка, 2003. 136 с.
2. Матвеев М. Ю. Библиотеки в прессе: по материалам статей из российских газет и журналов (1994–2004 гг.) : анализ. обзор. Санкт-Петербург : Рос. нац. б-ка, 2005. 192 с.
3. Матвеев М. Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен. Санкт-Петербург : Рос. нац. б-ка, 2009. 394 с.
4. Орлов В. В. Российская национальная библиотека с точки зрения информационной привлекательности // Сахаровские чтения : сб. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 20–21 янв. 2012 г.). Санкт-Петербург, 2012. С. 81–88.
5. Орлов В. В. Новые и старые медиа и проблема имиджа библиотек // Имидж, бренд и репутация как конкурентные преимущества библиотеки : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. (Челябинск, 18–19 нояб. 2021 г.). Челябинск, 2021. С. 130–139.
6. Марков А. П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность. Санкт-Петербург : СПбГУП, 2005. 400 с.
7. Матвеев М. Ю. Имидж национальных библиотек. Санкт-Петербург : Рос. нац. б-ка, 2018. 472 с.
8. Маркова Т. Б. Библиотека в истории культуры. Санкт-Петербург : Наука, 2008. 327 с.
9. Голубева О. Д. М. А. Корф. Санкт-Петербург : Изд-во Рос. нац. б-ки, 1995. 165 с.
10. Назаренко А. Н. Понятие «медиа» в междисциплинарных исследованиях коммуникаций // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 3. С. 68–73.

References

1. Matveev MYu and Ravinsky DK (2003) The image of the library in works of fiction: literary and sociological essays. Saint Petersburg: Ros. nats. b-ka. (In Russ.).
2. Matveev MYu (2005) Libraries in the press: based on articles from Russian newspapers and magazines (1994–2004): analytical review. Saint Petersburg: Ros. nats. b-ka. (In Russ.).
3. Matveev MYu (2009) The image of libraries as a socio-cultural phenomenon. Saint Petersburg: Ros. nats. b-ka. (In Russ.).
4. Orlov VV (2012) The National Library of Russia from the point of view of information attractiveness. *Sakharovskie chteniya: sb. st. po materialam III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Sankt-Peterburg, 20–21 yanv. 2012 g.)*. Saint Petersburg, pp. 81–88. (In Russ.).
5. Orlov VV (2021) New and old media and the problem of library image. *Imidzh, brend i reputatsiya kak konkurentnye preimushchestva biblioteki: sb. materialov Vseros. nauch.-prakt. konf. (Chelyabinsk, 18–19 noyab. 2021 g.)*. Chelyabinsk, pp. 130–139. (In Russ.).
6. Markov AP (2005) Design of marketing communications. Advertising technologies. Public relations. Sponsorship activities. Saint Petersburg: SPbGUP. (In Russ.).
7. Matveev MYu (2018) Image of national libraries. Saint Petersburg: Ros. nats. b-ka. (In Russ.).
8. Markova TB (2008) Library in the history of culture. Saint Petersburg: Nauka. (In Russ.).
9. Golubeva OD (1995) M. A. Korf. Saint Petersburg: Izd-vo Ros. nats. b-ki. (In Russ.).
10. Nazarenko AN (2018) The concept of “media” in interdisciplinary studies of communications. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* 3: 68–73. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию / Received 10.02.2025
 Получена после доработки / Revised 13.03.2025
 Принята для публикации / Accepted 20.03.2025