

О. Н. Волкотрубова

СОДЕРЖАНИЕ И КАЧЕСТВО ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ ДВГНБ: РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

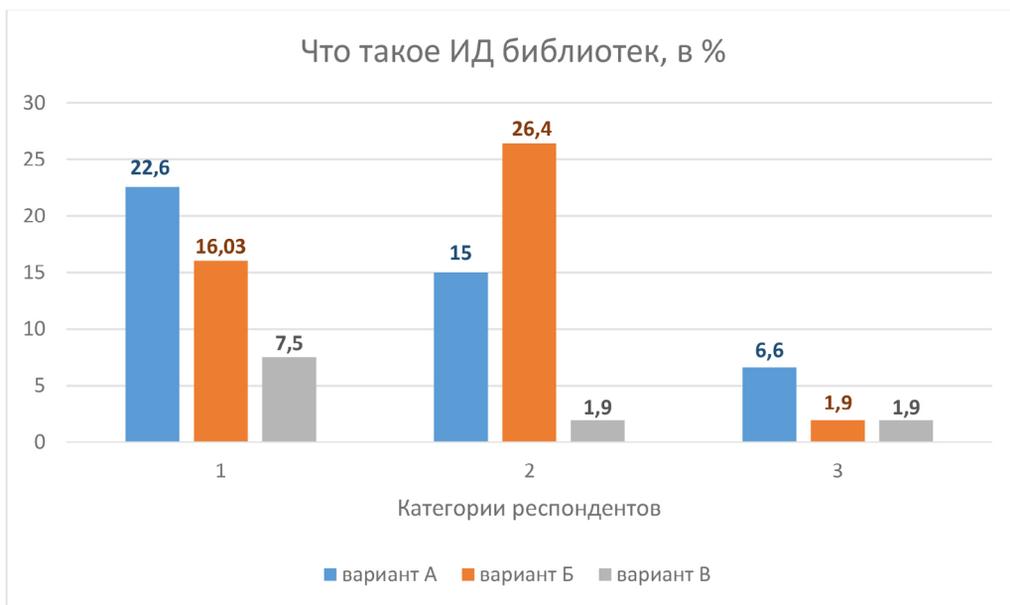
Для изучения востребованности и качества издательской продукции (книг и журналов) ДВГНБ с июля по сентябрь 2024 года в рамках магистерской выпускной квалификационной работы¹ мною проводился опрос. Основной целевой аудиторией исследования стали сотрудники ДВГНБ, сотрудники библиотек-партнёров Дальнего Востока, сотрудники научных и образовательных учреждений — пользователи библиотеки. Опрос проводился в форме анкетирования. Анкета состояла из 16 вопросов (см. приложение), из них три — контактные (место работы, стаж работы в библиотечной отрасли, образование).

В анкетировании приняли участие 106 человек. Для проведения более детального анализа опрошенные респонденты были разделены по следующим категориям: 1) сотрудники ДВГНБ (49 чел., или 46,2%), 2) сотрудники библиотек-партнёров (46 чел., или 43,4%) и 3) научное сообщество (11 чел., или 10,4%). Нужно отметить, что в анкетировании приняли участие 28% сотрудников внутренних отделов и отделов обслуживания ДВГНБ (всего на сентябрь 175 чел.), кроме работников бухгалтерии, РИЦ «Дальний Восток», АХЧ и отдела кадров; сотрудники муниципальных библиотек Комсомольского, Охотского, Вяземского, Советско-Гаванского, Бикинского, Хабаровского, Верхнебуреинского, Нанайского муниципальных районов Хабаровского края, г. Хабаровска, краевых библиотек (ХКДБ им. Н. Д. Наволочкина и ХКСБС), ЦБ субъектов Дальнего Востока (Камчатского и Приморского краёв, Магаданской и Амурской областей, Республики Саха (Якутия)), библиотеки Института повышения квалификации работников здравоохранения Хабаровского края; сотрудники ТОГУ, ХГИК, ГАХК, ХКМ им. Н. И. Гродекова. При этом у большинства респондентов стаж работы в библиотечной отрасли (или продолжительность сотрудничества с ДВГНБ — для представителей научного сообщества) составил от 0 до 5 лет (18,3%), от 6 до 10 лет и от 16 до 20 лет (по 17,3%). Также среди участников анкетирования преобладают сотрудники с высшим и высшим библиотечным образованием (93,4%, из них 45,3% с высшим библиотечным). 7,5% респондентов имеют два и более образований, из них одно либо высшее, либо средне-специальное библиотечное образование.

¹ Кафедра библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения Хабаровского государственного института культуры.

1. Сущность издательской деятельности библиотеки.

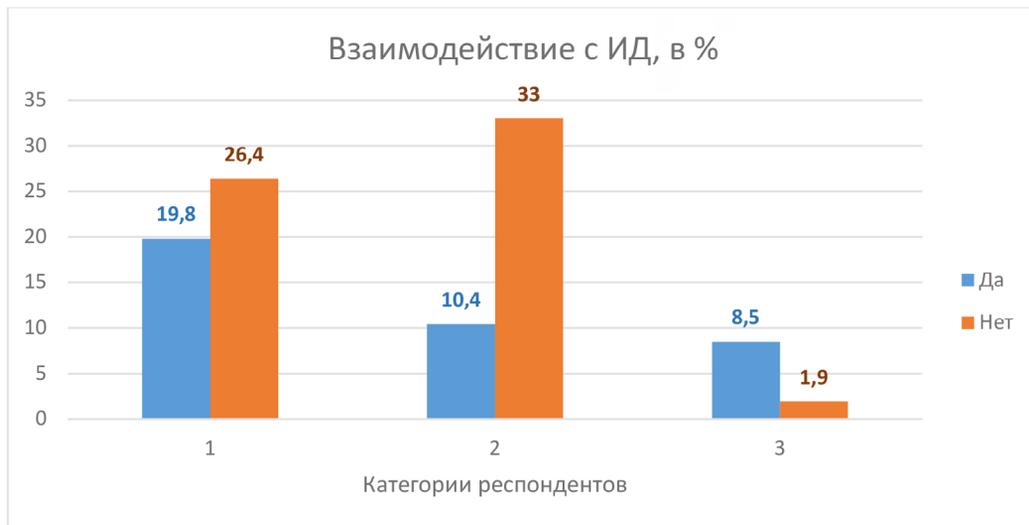
По мнению подавляющего большинства респондентов, издательская деятельность библиотеки сегодня заключается в издании периодических и продолжающихся изданий как результат библиографической, методической и краеведческой деятельности (44,34%) либо в издании широкого спектра продукции, призванной обеспечить полноту исполнения основных функций библиотеки — информационной и продвижения чтения (44,34%). И лишь 12 респондентов (11,32%) отметили, что, будучи издающей организацией, библиотека сегодня издаёт продукцию как для исполнения своего основного функционала, так и в рамках выполнения договоров оказания платных услуг. Этот вариант выбрали 8 сотрудников ДВГНБ (7,5%).



2. Соприкасаетесь ли Вы в своей ежедневной работе с издательским отделом ДВГНБ?

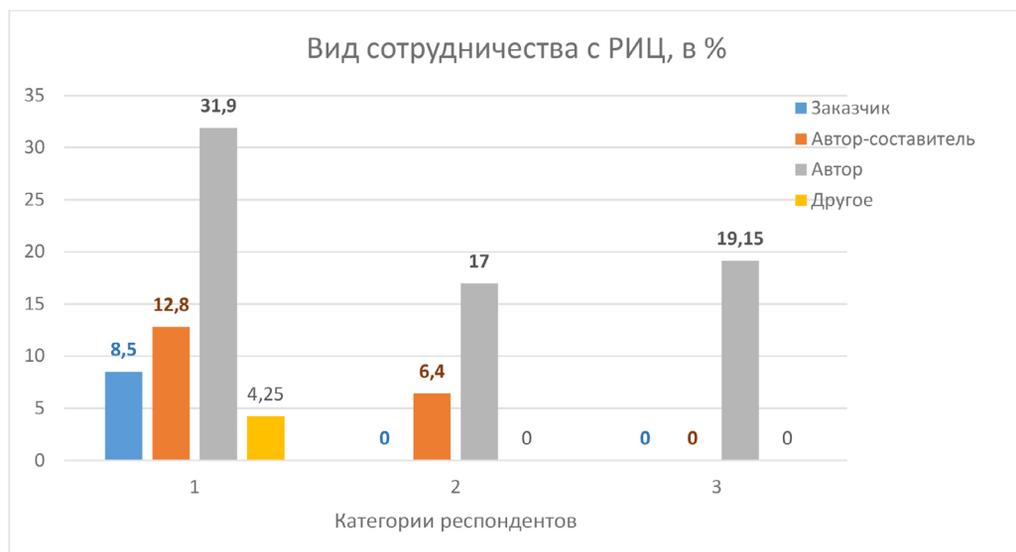
Утвердительно на этот вопрос ответили 38,7% респондентов, отрицательно — 61,3%. Чуть более половины участников (33%), ответивших отрицательно, — сотрудники библиотек-партнёров, другая половина из этой совокупности (26,4%) — это сотрудники ДВГНБ.

Так как это был один из вопросов-фильтров анкеты, то далее поток респондентов разделился, согласно выбранным ответам.



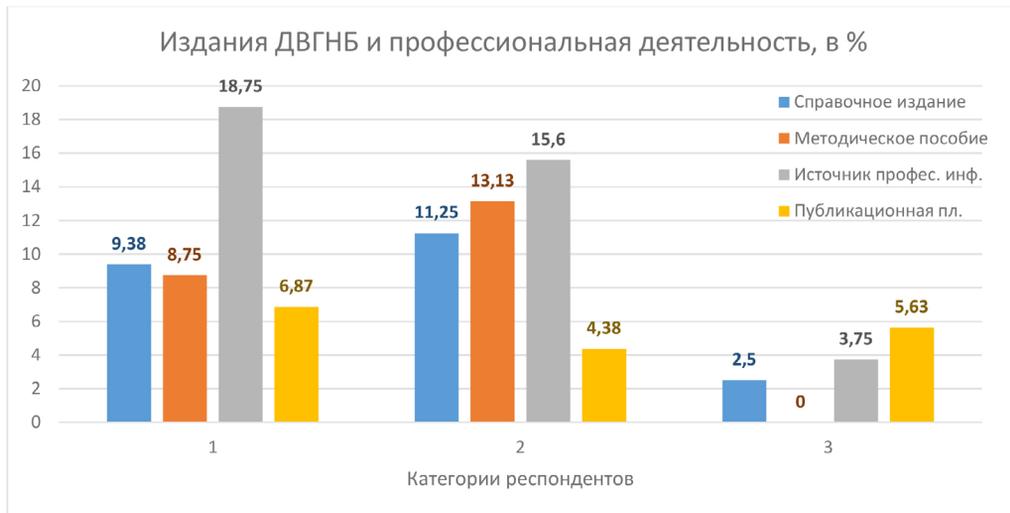
3. В каком качестве Вы сотрудничаете с издательским отделом ДВГНБ?

На этот вопрос отвечал 41 респондент (32 сотрудника библиотек, 9 — научное сообщество); предлагалось выбрать несколько вариантов ответа. Участниками было выбрано в итоге 47 вариантов. Подавляющее большинство (68,1%) отметили, что они выступают авторами изданий ДВГНБ, 19,15% — авторами-составителями, 8,5% — заказчиками. 2 респондента (4,25%) написали в анкете также свои варианты (это сотрудники ДВГНБ): переводчик и технический специалист, осуществляющий выгрузку издания в РИНЦ.



4. Пользуетесь ли Вы издательской продукцией библиотеки в своей работе?

Утвердительно на этот вопрос ответили 85,9% участников (из них по 37,74% — библиотекари и 10,4% — представители научного сообщества). Отрицательный вариант выбрали 14,1% респондентов (это 8,5% — сотрудники ДВГНБ, 5,6% — сотрудники библиотек-партнёров, 2,8% из которых — специалисты ХКСБС).



Это был вопрос-фильтр, и далее респонденты либо пропускали два вопроса, либо следовали к очередному из них.

5. Какими именно изданиями ДВГНБ Вы пользуетесь в своей работе?

На этот вопрос ответил 91 респондент (85,9%). Здесь возможно было выбрать несколько подходящих вариантов, и это сделали 85 участников (93,4% от ответивших на вопрос). Таким образом было выбрано 262 варианта. Чаще всего выбирали журналы «Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки» и «Дальний Восток» (по 18,7%), далее следует журнал «Культура и наука Дальнего Востока» (17,2%) и календарь «Знаменательные и памятные даты Хабаровского края» (16,03%). Наименьшим спросом пользуется указатель «Издано в Хабаровском крае» (его выбрали 5 раз, 1,9%). Нужно отметить, что 2 респондента (1 сотрудник ДВГНБ, 1 сотрудник Вяземской муниципальной библиотеки) отметили свой вариант, вписав в него все издания ДВГНБ.

Наибольшим спросом сугубо библиотечные издания (календари и указатели, методические сборники) пользуются у сотрудников библиотек-

партнёров, большинство из которых (28 человек из 46) составляют сотрудники муниципальных библиотек Хабаровского края. У сотрудников научного сообщества, наоборот, эти издания «провисают» (понятное исключение составляют календари знаменательных дат, но предпочтение отдаётся научным и литературным изданиям. Сотрудники ДВГНБ так же выбирали чаще журнальную продукцию, редко прибегая в своей работе к указателям.

Таблица 1. Какими изданиями ДВГНБ в своей работе пользуются респонденты, в %.

Респонденты	Вестник ДВГНБ	Знаменательные и памятные даты Хабаровского края	Время и события	Издано в Хабаровском крае	Книги о Дальнем Востоке	Библиотечная орбита	Методические пособия	Дальний Восток	Культура и наука Дальнего Востока	Ваш вариант
Сотрудники ДВГНБ	11,07	4,2	0,4	0,8	0,8	4,96	2,7	7,25	8,4	0,4
Сотрудники библиотек-партнёров	4,96	9,9	4,96	0,8	3	4,6	2,3	8,8	4,96	0,4
Научное сообщество	2,67	1,9	1,52	0,4	0,8	0,8	–	2,7	3,8	–
Итого	18,7	16,03	6,87	1,9	4,58	10,3	4,96	18,7	17,2	0,76

6. Каким образом издания ДВГНБ помогают Вам в Вашей профессиональной деятельности?

На этот вопрос так же отвечал 91 респондент. И здесь так же можно было выбрать несколько вариантов ответа. Всего участниками было отмечено 160 вариантов. Наибольшее количество раз был выбран вариант «как источник новой профессиональной информации» (38,13%) — более всего его выбирали сотрудники библиотек; далее респонденты отмечали, что издания ДВГНБ являются для них справочным изданием (23,13%) (тоже сотрудники библиотек преобладают) и методическим пособием (21,87%) (этот вариант выбрали только сотрудники библиотек, причём сотрудники муниципальных библиотек преобладают). 16,87% (27 чел.) отметили издания библиотеки

как публикационную площадку. По сути, это те же респонденты, которые отметили в вопросе 3, что они выступают авторами изданий ДВГНБ.



7. Каким образом Вы узнаёте о новом выпуске того или иного издания ДВГНБ?

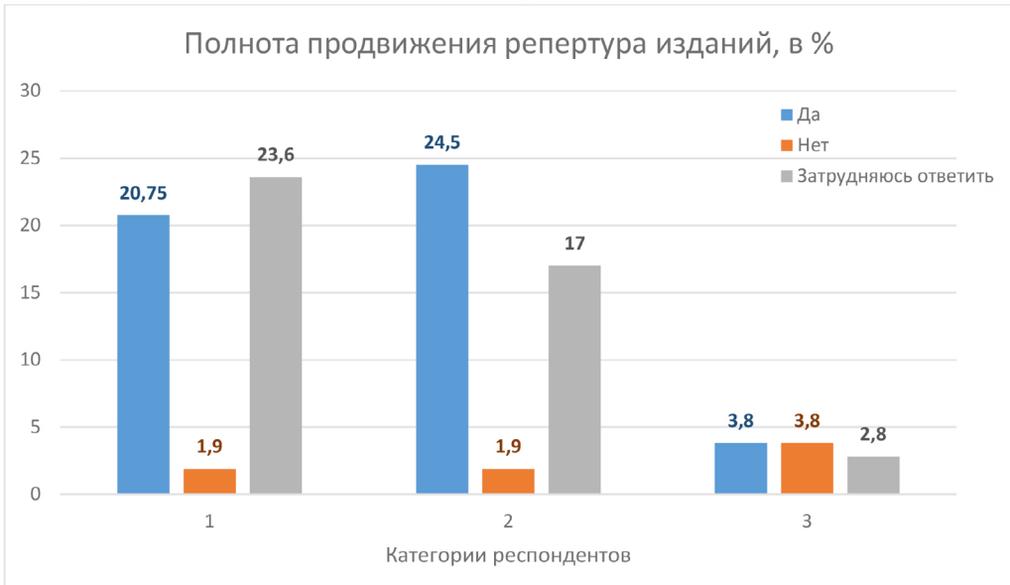
На этот вопрос анкеты отвечали все респонденты, можно было выбрать несколько вариантов ответа. Всего было отмечено 156 вариантов. Чаще всего участники анкетирования узнают о новом выпуске изданий ДВГНБ из новостей на официальном сайте библиотеки (47,4%) (этот вариант был выбран практически всеми сотрудниками ДВГНБ, 42 чел. из 49), также от коллег (19,23%) и из персональной рассылки на почту (17,95%) (оба варианта чаще выбирались сотрудниками библиотек-партнёров). Из новостей в соцсетях ДВГНБ об этом узнают лишь 19 респондентов (12,18%), причём большинство из них (14 человек) — это сотрудники ДВГНБ.

Пять участников выбрали свой вариант и указали, как они узнают о новых выпусках изданий ДВГНБ: 4 респондента узнают о новом выпуске, если он поступил в фонд их библиотеки (здесь речь может идти только о печатных изданиях ДВГНБ, два библиотека выпускает ежегодно — 8 выпусков; могут быть ещё исполненные на привлечённые средства, в том числе по проектам) — это один сотрудник муниципальной библиотеки Хабаровского края и 3 сотрудника ЦБ субъектов Дальнего Востока; один сотрудник указал, что узнаёт о новых изданиях ДВГНБ через запрос в поисковике в Интернете (ЦБ ДВ).



8. Достаточно ли полно ДВГНБ продвигает свой издательский репертуар для пользователя?

Здесь так же ответили все 106 респондентов. Правда, почти половина из них (43,4%) затруднились ответить. Утвердительный вариант был выбран 49,05% участников, а 7,54% ответили отрицательно.



9. Способы продвижения издательской продукции.

Отвечая на этот вопрос, респондентам предлагалось не только отметить предпочтительные, на их взгляд, варианты, но и пронумеровать их в зависимости от степени предпочтения.

На этот вопрос ответил 101 человек, при этом 83 из них — корректно (проставив степень предпочтения) и 18 — некорректно (просто выбрав варианты ответа).

Наиболее предпочтительным способом продвижения издательской продукции был назван Интернет (соцсети и официальный сайт библиотеки) — его выбрали 48 человек (57,83%), за ним следуют проведение презентаций каждого выпуска пользователям (24,09%) и адресная рассылка по электронной почте учреждениям культуры и образования (22,89%); на третьем месте по важности — заметки и сообщения в СМИ (газеты, радио, телевидение), этот вариант выбрали 23 респондента (27,7%). Менее важным способом (на 4-м месте) были выбраны доклады об издательской продукции на научных конференциях — библиотечных, образовательных, культурно-просветительских (22 чел., 26,5%). Менее действенным и самым недейственным способом признано участие в книжных выставках (26,5% и 25,3%).

Интересно отметить, что сотрудники второй и третьей категорий (несотрудники ДВГНБ) одним из предпочтительных способов продвижения продукции библиотеки назвали адресную рассылку. При этом именно треть их совокупности (15 респондентов из 2-й категории (46 чел.) и 4 из 3-й (11 чел.)) как раз из рассылки узнают о новом выпуске изданий ДВГНБ.

На наш взгляд, недооценённым всеми респондентами способом продвижения продукции к пользователю оказалось участие в книжных выставках. Лишь два респондента (2,4%, сотрудники ДВГНБ) отметили этот способ как наиболее предпочтительный, и 6 участников (5 сотрудников ДВГНБ (6,02%) и 1 сотрудник АОНБ им. Н. Н. Муравьёва-Амурского (1,2%)) — как предпочтительный (2-е место). Третьим по эффективности этот способ выбрали 13 респондентов (15,7%: 6 сотрудников библиотек-партнёров, 4 сотрудника ДВГНБ и 3 научного сообщества).

Таблица 2. Способы продвижения издательской продукции по предпочтениям респондентов трёх категорий.

Респонденты	Наиболее предпочтительный способ (1)	2	3	4	5	Наименее предпочтительный способ (6)
Сотрудники ДВГНБ	Интернет (32,5%)	Презентации (15,7%)	Доклады (13,3%) СМИ (10,8%)	Доклады (12,04%) Выставки (12,04%)	Выставки (18,07%)	Рассылка (19,3%)
Сотрудники библиотек-партнёров	Интернет (21,7%)	Рассылка (14,5%)	СМИ (15,7%)	Доклады (12,04%)	Доклады (13,3%)	Выставки (15,7%)
Научное общество	Рассылка (6,02%)	Презентации (3,6%)	Интернет (3,6%) Выставки (3,6%)	Презентации (4,8%)	Доклады (3,6%) Выставки (3,6%)	Выставки (4,8%)

18 респондентов, ответивших некорректно на этот вопрос, выбрали 34 варианта ответа. Наиболее предпочтительным был отмечен способ продвижения издательской продукции к пользователю посредством Интернета — его выбрали 12 респондентов (66,7%). Менее всего был выбран такой вариант, как выступление с докладами на научных конференциях (его отметили всего 3 респондента, 16,7%).

10. Необходимые изменения для популяризации того или иного издания.

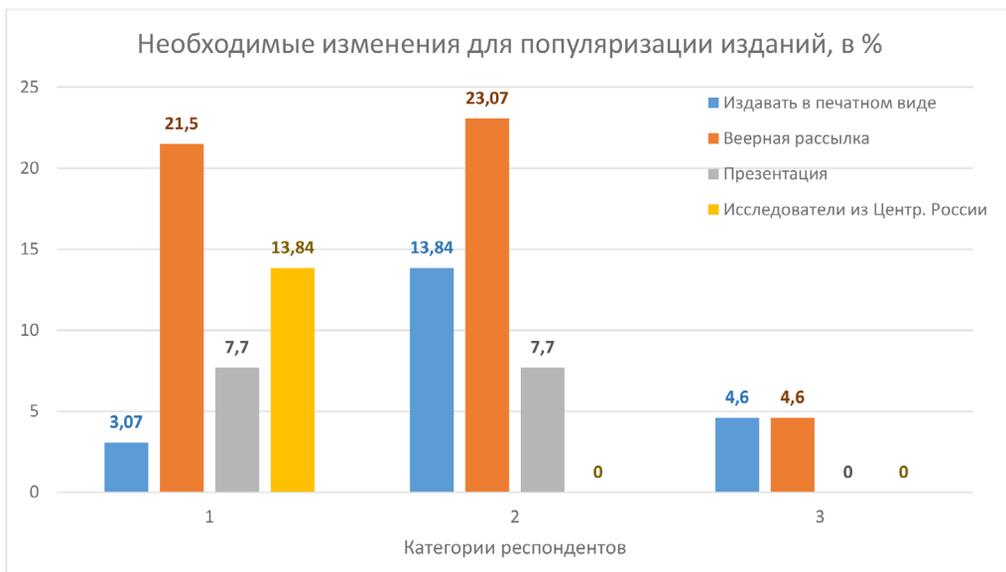
В этом вопросе (открыто-закрытом) респондентам предлагалось либо в каждый вариант ответа вписать конкретное издание, либо выбрать один вариант для всех изданий, либо предложить свой вариант. Ответили 97 респондентов (91,5%). При этом 27 из них (27,8% ответивших) выбрали первый способ ответа на вопрос (указали издания), 65 (67%) выбрали один вариант, на их взгляд, подходящий для всех изданий ДВГНБ, 5 (5,2%) предложили свои варианты.

В первом случае получилось 49 вариантов ответа. Более всех (18 раз, 36,7%) был назван «Вестник ДВГНБ»: 11 респондентов отметили, что журнал нужно обязательно издавать в печатном виде, 5 указали на то, что необходимо обязательно делать веерную рассылку по всем заинтересованным пользователям со ссылкой на новый выпуск, и 2 выбрали вариант «нужно обязательно приглашать в качестве авторов исследователей из центральных регионов России». 9 респондентов (18,4%) указали «Библиотечную орбиту»:

необходимо печатать её выпуски (5), делать веерную рассылку (3) и приглашать специалистов из Центральной России (1). «Знаменательные и памятные даты Хабаровского края» (6 респондентов, 12,2%) также предлагается печатать (3), совершать веерную рассылку (2) и обязательно проводить презентацию нового выпуска для пользователей (1). Для каждого выпуска журнала «Культура и наука Дальнего Востока», по мнению респондентов, необходимо проводить презентацию (4) и осуществлять веерную рассылку издания (2).

В числе прочих выпускать в печатном виде участники предлагают календарь «Время и события» (2), «Издано в Хабаровском крае» (1) и методические пособия (2). В презентации и материалах от специалистов из Центральной России нуждается указатель «Книги о Дальнем Востоке» (по 2). А журнал «Дальний Восток» необходимо рассылать всем заинтересованным пользователям (2).

Выбравшие один вариант для всех изданий в большинстве своём отметили необходимость обязательно делать веерную рассылку по всем заинтересованным пользователям со ссылкой на новый выпуск (49,2%); 14 респондентов отметили обязательность издания на бумаге (21,5%); необходимость презентации нового выпуска и приглашения специалистов из центральных регионов России отмечены 15,4% и 13,84% участников соответственно.



Если суммировать ответы этих двух способов, то получается, что 38 респондентов из 92 (41,3%) выбрали для одного конкретного или для всех

изданий ДВГНБ необходимость издаваться на бумаге; 55 раз было указано на веерную рассылку (59,8%); 17 респондентов выбрали проведение презентаций изданий ДВГНБ (18,5%), а 14 отметили вариант «нужно обязательно приглашать в качестве авторов исследователей из центральных регионов России» (15,2%).

Третий способ дать ответ на этот вопрос выбрали 5 участников опроса. 3 человека (это по одному сотруднику от каждой категории) указали, что все перечисленные варианты подойдут для всех изданий библиотеки, 1 респондент отметил, что ничего не нужно менять, и 1 написал, что необходимо размещать рекламу об изданиях ДВГНБ и отдельных публикациях на сторонних интернет-площадках (оба — сотрудники ДВГНБ).

11. Наиболее востребованные среди пользователей издания ДВГНБ.

На этот вопрос ответили 105 респондентов, выбрав 296 вариантов. Самыми востребованными среди пользователей отмечены журналы «Дальний Восток» (73 участника, 69,5%), «Культура и наука Дальнего Востока» (54 чел., 51,4%), календарь «Знаменательные и памятные даты Хабаровского края» (45 чел., 42,8%) и журнал «Вестник ДВГНБ» (42 чел., 40%).

Таблица 3. Востребованность изданий ДВГНБ, в %.

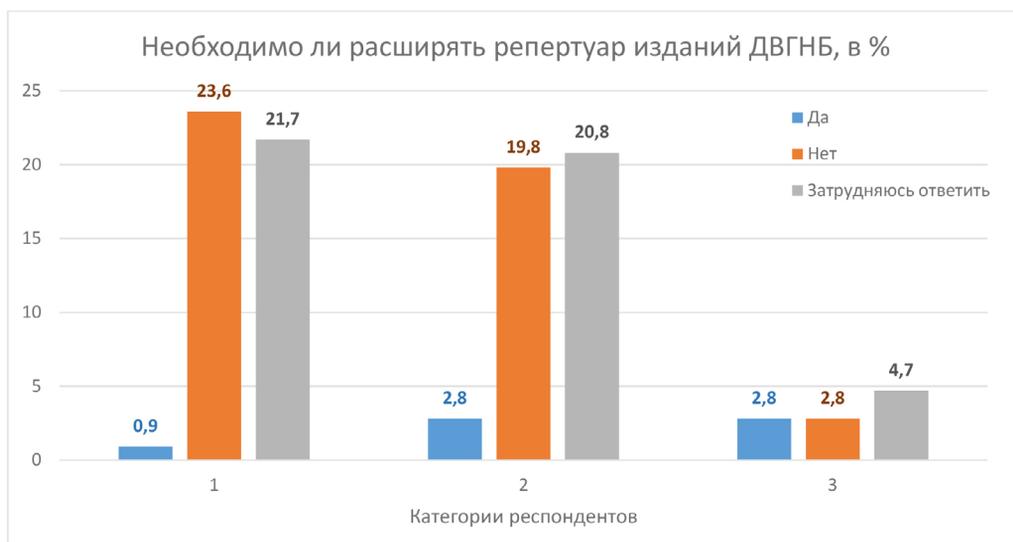
Респонденты	Вестник ДВГНБ	Знаменательные и памятные даты Хабаровского края	Время и события	Издано в Хабаровском крае	Книги о Дальнем Востоке	Библиотечная орбита	Методические пособия	Дальний Восток	Культура и наука Дальнего Востока	Затрудняюсь ответить
Сотрудники ДВГНБ	7,8	5,4	1,7	3,04	1,7	4,05	1,01	12,8	9,8	0,34
Сотрудники библиотек-партнёров	4,4	8,4	3,04	1,01	2,7	3,7	3,4	10,13	5,4	-
Научное сообщество	2,02	1,4	1,01	-	0,34	0,68	-	1,7	3,04	-
Итого	14,22	15,2	5,75	4,05	4,74	8,43	4,41	24,63	18,24	0,34

Научным сообществом безоговорочно отмечена журнальная продукция библиотеки; библиотечным сообществом, помимо этого, отмечены календари знаменательных дат и методические издания, «провисли» указатели.

Если установить корреляции между теми изданиями, которыми респонденты пользуются в своей работе, и теми, которые были ими выбраны как востребованные пользователями, то наименьшие амплитуды отклонений можно наблюдать в ответах второй и третьей категорий. Они, по сути, и являются пользователями изданий ДВГНБ. А вот сотрудники ДВГНБ делают различие между изданиями для работы и изданиями для пользователей.

12. Необходимость расширения издательского репертуара ДВГНБ.

На этот вопрос ответили 106 респондентов. Большинство из них считают, что расширить издательский репертуар библиотеки не нужно (46,2%) или затрудняются ответить (47,2%). И лишь 7 участников (6,6%) ответили на этот вопрос утвердительно.



Это был вопрос-фильтр, поэтому на следующий вопрос отвечали лишь 7 респондентов (6,6%).

13. Пример издания, которое ДВГНБ могла бы включить в свой издательский портфель.

Свои варианты предложили 7 участников:

- 1 сотрудник ДВГНБ: сборник квестов, викторин и других краеведческих материалов, печатный и электронный варианты, а также репринтные издания книг по истории освоения Дальнего Востока, издававшиеся в XIX веке и ставшие библиографической редкостью;

- 3 сотрудника библиотек-партнёров предложили издавать детские издания (библиотека Вяземского района), сборники патриотической направлен-

ности, электронный выпуск, раз в месяц (библиотека Советско-Гаванского района), и электронный сборник «Библиотечная жизнь Дальнего Востока», 1 раз в квартал (ХКСБС);

- 3 сотрудника научного сообщества также предложили выпускать репринтные издания краеведческой литературы (2, ХКМ им. Н. И. Гродекова) и вернуть издание библиографического справочника «Писатели Дальнего Востока» (1, ГАХК).

В результате анализа, синтеза и обобщения полученной информации удалось сформулировать следующие выводы по проведённому исследованию.

Все три категории респондентов в большинстве своём являются пользователями издательских услуг ДВГНБ: либо влияют на продуцирование изданий ДВГНБ (авторы, авторы-составители, заказчики), либо являются пользователями изданий библиотеки.

Все издания ДВГНБ так или иначе востребованы — каждое своей аудиторией, при этом они маркируются пользователями как источник новой профессиональной информации, справочное издание, методическое пособие и публикационная площадка.

Участники опроса удовлетворены способами и полнотой продвижения информации о новом выпуске того или иного издания ДВГНБ, особенно акцентируя такие варианты, как новости на официальном сайте ДВГНБ, общение с коллегами и рассылку на электронную почту. Отдельно стоит обратить внимание на более активное задействование такой формы продвижения, как встречи-презентации и сообщения в СМИ. Детальной маркетинговой проработки требует вариант «участие в книжных выставках».

Респондентам видится, что необходимыми инструментами для популяризации изданий библиотеки могут стать: печать их на бумаге, веерная рассылка о выходе, проведение презентаций и размещение на страницах изданий ДВГНБ публикаций от ведущих специалистов Центральной России. Также заслуживает внимания предложение о размещении рекламы изданий библиотеки на сторонних интернет-площадках.

О расширении издательского репертуара предложили задуматься всего 7 респондентов, назвав свои варианты, среди которых — пополнение тематической линейки методических пособий краеведческой и патриотической направленности, выпуск репринтных краеведческих изданий, а также издание библиотечного справочника о дальневосточных писателях.

Опрос, с одной стороны, подтвердил востребованность издательской продукции ДВГНБ разными категориями пользователей, в первую

очередь — профессиональным библиотечным сообществом, в принципе верную стратегию продвижения каждого издания к пользователю. Ответы участников анкетирования продемонстрировали положительную оценку качества наполнения изданий. Также мы предполагали, что заметная доля респондентов отметит необходимость выпускать издания в печатном виде. С другой — обозначил необходимость тщательной проработки продвижения каждого вида издания до целевой аудитории, наметить возможности расширения издательского портфеля (в частности, методические и краеведческие издания), а также ещё раз указал на продолжение массированного привлечения в качестве авторов и авторов-составителей представителей библиотек-партнёров и научного сообщества.

Эти вопросы требуют детальной проработки и будут в дальнейшем рассмотрены в разрезе исследования, предпринятого в рамках магистерской выпускной квалификационной работы «Теория и методология организации издательской деятельности центральных библиотек субъектов Российской Федерации» (место защиты — ХГИК).

Приложение. Форма анкеты

Уважаемый коллега!

Прошу Вас поучаствовать в анкетировании, призванном сделать срез актуального состояния издательской деятельности КГБНУК «Дальневосточная государственная научная библиотека», и тем самым помочь оценить содержание и качество издаваемой библиотекой продукции.

Предлагаемые вопросы имеют варианты ответов, из которых необходимо выбрать, на Ваш взгляд, наиболее верный. Если возможны несколько вариантов ответов, это будет оговорено особо.

1. На Ваш взгляд, в чём состоит издательская деятельность библиотеки? (пожалуйста, выберите один вариант ответа):

А) издание периодических и продолжающихся изданий как результат библиографической, методической и краеведческой деятельности.

Б) издание широкого спектра продукции, призванной обеспечить полноту исполнения основных функций библиотеки — информационной и продвижения чтения.

В) как издающая организация библиотека сегодня издаёт продукцию как для исполнения своего основного функционала, так и в рамках выполнения договоров оказания платных услуг.

Г) Ваш вариант _____

2. Соприкасаетесь ли Вы в своей ежедневной работе с издательским отделом ДВГНБ? (если да, ответьте далее на вопрос 3, если нет — следуйте к вопросу 4):

- А) да.
- Б) нет.
- В) затрудняюсь ответить.

3. В каком качестве Вы сотрудничаете с издательским отделом ДВГНБ? (возможно несколько вариантов ответа):

- А) выступаю заказчиком.
- Б) выступаю автором-составителем.
- В) выступаю автором.

Г) Ваш вариант _____

4. Пользуетесь ли вы издательской продукцией библиотеки в своей работе? (если да, ответьте далее на вопросы 5 и 6, если нет — следуйте к вопросу 7):

- А) да.
- Б) нет.

5. Какими именно изданиями ДВГНБ Вы пользуетесь в своей работе? (пожалуйста, выберете не более трёх вариантов ответа):

- А) «Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки».
- Б) «Знаменательные и памятные даты Хабаровского края».
- В) «Время и события».
- Г) «Издано в Хабаровском крае».
- Д) «Книги о Дальнем Востоке».
- Е) «Библиотечная орбита».
- Ж) методические пособия.
- З) журнал «Дальний Восток».
- И) журнал «Культура и наука Дальнего Востока».
- К) Ваш вариант _____

6. Каким образом издания ДВГНБ помогают Вам в Вашей профессиональной деятельности? (пожалуйста, выберете не более двух вариантов ответа или предложите свой):

- А) как справочное издание.
- Б) как методическое пособие.
- В) как источник новой профессиональной информации.

Г) как публикационная площадка.

Д) Ваш вариант _____

7. Каким образом Вы узнаете о новом выпуске того или иного издания ДВГНБ? (пожалуйста, выберите не более двух вариантов):

А) из рассылки на Вашу почту с информацией о выходе номера.

Б) из новостей на сайте ДВГНБ.

В) из новостей на странице ДВГНБ в соцсетях.

Г) от коллег.

Д) Ваш вариант _____

8. На Ваш взгляд, достаточно ли полно ДВГНБ продвигает свой издательский репертуар для пользователя:

А) да.

Б) нет.

В) затрудняюсь ответить.

9. По-вашему, каким способам продвижения издательской продукции стоит больше уделить внимание сотрудникам издательского отдела? (пожалуйста, выберите из предложенных вариантов наиболее приоритетные, на Ваш взгляд, присвоив им места от 1 до 6, где 1 — наиболее предпочтительный, а 6 — наименее предпочтительный):

– посредством Интернета (аккаунты ДВГНБ в соцсетях и сайт библиотеки);

– встречи-презентации каждого выпуска пользователям на площадке ДВГНБ;

– доклады об издательской продукции на научных конференциях — библиотечных, образовательных, культурно-просветительских;

– заметки и сообщения в СМИ (газеты, радио, телевидение);

– участие в книжных выставках;

– адресная рассылка по электронной почте учреждениям культуры и образования.

10. На Ваш взгляд, что сегодня библиотеке необходимо изменить в первую очередь для популяризации того или иного издания? (около каждого варианта вы можете вписать конкретное (одно) издание, или выбрать один вариант для всех изданий, или предложить свой вариант):

А) нужно обязательно издавать в печатном виде _____

Б) нужно обязательно делать веерную рассылку по всем заинтересованным пользователям со ссылкой на новый выпуск _____

В) нужно обязательно проводить презентацию нового выпуска для пользователей _____

Г) нужно обязательно приглашать в качестве авторов исследователей из центральных регионов России _____

Д) Ваш вариант _____

11. Как Вы считаете, какие издания ДВГНБ сегодня являются самыми востребованными среди пользователей (пожалуйста, выберите не более трёх изданий):

А) «Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки».

Б) «Знаменательные и памятные даты Хабаровского края».

В) «Время и события».

Г) «Издано в Хабаровском крае».

Д) «Книги о Дальнем Востоке».

Е) «Библиотечная орбита».

Ж) методические пособия.

З) журнал «Дальний Восток».

И) журнал «Культура и наука Дальнего Востока».

К) Ваш вариант _____

12. На Ваш взгляд, стоит ли ДВГНБ расширить сегодня свой издательский репертуар и начать издавать новую продукцию? (если да, ответьте далее на вопрос 13, если нет — следуйте к вопросу 14):

А) да.

Б) нет.

В) затрудняюсь ответить.

13. Какое (-ие) издание (-я), по-вашему, ДВГНБ вполне могла бы включить в свой издательский репертуар и успешно издавать сегодня? (приведите, пожалуйста, свой пример и опишите параметры такого издания: по периодичности, по типу издания (эл./печ.), целевой аудитории, способу продвижения и пр.

14. Укажите, пожалуйста, место Вашей работы (структурное подразделение):

15. Укажите, пожалуйста, стаж работы в библиотечной отрасли / продолжительность сотрудничества с ДВГНБ:

16. Укажите, пожалуйста, Ваше образование:

А) средне-специальное.

Б) средне-специальное библиотечное.

В) высшее.

Г) высшее библиотечное.

Д) другое:-----

Уважаемый коллега! Ваши ответы послужат материалом для проведения детального исследования по оценке издательской деятельности Дальневосточной государственной научной библиотеки. Результаты исследования будут сформулированы в сентябре 2024 года и войдут в состав магистерской выпускной квалификационной работы директора редакционно-издательского центра «Дальний Восток» ДВГНБ О. Н. Волкотрубовой, а также будут озвучены на отраслевых конференциях и опубликованы в выпуске научного профессионального журнала «Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки» до конца 2024 года.

Ответственная за проведение настоящего анкетирования: Ольга Николаевна Волкотрубова, тел. 8914-151-62-76, e-mail: volkotrubova.olga@yandex.ru.

Спасибо за участие в анкетировании!