

## УСПЕХ – В МОБИЛЬНОСТИ. НОВЫЕ ФОРМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ

Проект Научной библиотеки Северо-Западного института управления –  
филиала РАНХиГС

*Васильева Валерия Алексеевна, заместитель директора, Северо-Западный  
институт управления РАНХиГС, Научная библиотека*

Руководители библиотечного дела давно уже усвоили золотое правило бизнеса: хочешь быть в тренде – сумей подать себя в выгодном свете. Иначе говоря, библиотечные услуги только тогда будут востребованы читателями и пользователями, когда библиотека профессионально занимается рекламой своей деятельности.

Основные задачи рекламы в библиотеке практически ничем не отличаются от правил рекламы вообще:

- формирование имиджа библиотеки в сознании ее читателя/пользователя;
- информирование об услугах (условия, время, место, объемы);
- убеждение пользователя о необходимости востребования именно своей библиотеки;
- акцентирование внимания на удобстве и выгоде использования своей библиотеки и ее ресурсов.

На сегодня ведущими библиотеками освоены практически все виды продвижения своей деятельности, присутствуют они и в Северо-Западном институте управления:

1. Печатная реклама – плакаты, буклеты, листовки, афиши, книжные закладки.
2. Представление библиотеки и ее услуг на веб-сайте.
3. Продвижение библиотеки в социальных сетях.
4. Служба Библиограф-онлайн.
5. Анкетирование как еще один способ донести информацию о библиотеке.

Как раз последнее анкетирование, проведенное библиотекой в течение февраля-марта 2016 года, показало, что все прежние формы продвижения принесли реальные результаты: увеличилось количество знающих об электронных информационных ресурсах, увеличилось количество тех, кто сумел даже выделить те ресурсы, к которым они чаще всего обращаются. Обрадовал большой процент ответивших, что именно преподаватель рекомендовал им электронные учебники и т. д.

Все же, любая реклама со временем перестает обращать на себя то внимание, которое было в начале, интерес потребителя угасает, и нужно искать новые пути и методы продвижения себя и своей деятельности.

Поскольку основными потребителями библиотечных услуг в университете является контингент учащихся от 18 до 30 лет, наиболее привлекательными, интересными и достаточно простыми в «производстве» сегодня являются **QR-коды**, которые мы встречаем сейчас на каждом шагу – метро, магазины, фирменные упаковки, статуи в парках, экспонаты в музеях и т.д.

Идея не нова – использование QR-кодов как эффективного средства предоставления читателям дополнительной информации о библиотечных услугах в библиотеках наблюдается уже несколько лет.

### **От штрихкода – к qr-коду.**

В 1994 году специалисты подразделения корпорации DENSO – DENSO Wave Incorporated – изобрели двухмерный матричный штрих-код, получивший название Quick Response – Быстрый Отклик (QR) код.

QR-код пришел на смену штрих-коду, когда информации, которую необходимо было хранить в коде, стало в разы больше, а сам код при этом должен был занимать при печати меньше места.

Информация в QR-коде располагается в двух направлениях – по горизонтали и по вертикали, в то время, как в штрих-коде информация размещается лишь в одном направлении. В отличие от обычных штрих-кодов, которые хранят максимум около 20 символов, QR-код способен хранить в сотни раз больше информации. Один QR-код может содержать до 7 089 знаков.[1]

Важное преимущество QR-кода – его способность восстанавливать содержащуюся в нем информацию. При частичном загрязнении или повреждении восстановлению подлежит до 30% кодовых слов. Кодовое слово – это единица, образующая участок данных. В QR-коде одно кодовое слово равняется 8 битам.

И сегодня ни одна сфера человеческой деятельности не обходится без этого изобретения QR-код распознается с помощью камеры на смартфоне или планшете, для сканирования необходимо установить специальное приложение, которых на сегодня множество, в том числе и бесплатные.

### **Что можно кодировать?**

1. *Интернет-адрес.* QR-коды могут содержать ссылки на Интернет ресурсы. Прочтение кода направит пользователя на нужный сайт, избавляя от необходимости тщательно вводить множество знаков в адресной строке браузера.

2. *Контактные данные.* В настоящий момент довольно часто встречаются визитки, содержащие код. И это оправданно – не всегда размеры визиткой карточки позволяют нанести всю желаемую для владельца информацию – в этом случае код позволяет загрузить гораздо больше данных. Можно просканировать код и сохранить контактную информацию в адресной книге телефона или компьютера.

3. *Адрес электронной почты.* QR-код может содержать адрес электронной почты и имя адресата.

4. *Географические данные.* В QR-коде могут быть зашифрованы геоданные. Это позволяет посмотреть расположение того или иного объекта, например, в «Картах Google».

5. *Обычный текст.* Этот формат пригоден для различных целей от сообщения до информационной справки.

6. *Телефонные номера.* При сканировании QR-кода с внедренным телефонным номером можно сразу же сделать звонок.[2]

### **Как можно использовать QR-коды в библиотеке?**

**Контакты библиотеки.** Разместить QR-коды на визитных карточках, читательских билетах, книжных кармашках, чтобы штрих-код направлял на страницу в ВКонтакте, Facebook, Twitter или веб-сайт библиотеки, чтобы помочь новым пользователям найти вашу библиотеку быстрее. Мы решили начать просто с красочных плакатов, которые развешиваются в местах большего скопления студентов. Код отсылает к веб-сайту библиотеки.

**Информация о библиотеке.** В нашем случае такая информация весьма актуальна – после организации факультетских библиотек читателю стало непросто найти помещение, этаж и даже здание, где расположена библиотека его факультета.

В этой связи одной из первых задач наших плакатов с кодами стало информирование студента о нахождении библиотеки с привязкой к его факультету, геолокация с возможностью построить маршрут движения от той точки, где отсканирован код.

### **Реклама информационных продуктов.**

Эта информация может быть, как постоянной, так и временной, периодически меняющейся.

Постоянная информация (красивые плакаты, коды на книжных закладках и т.д.) об информационных продуктах библиотеки – закодированные ссылки на электронный каталог, базу данных трудов университета, историю библиотеки и многое другое.

Временные постеры с кодами имеют смысл для «законченных продуктов», ставят своей целью привлечь внимание в момент выхода продукта - новая выставка, как традиционная, так и виртуальная, «свежая» подписка на периодические издания, выход какой-нибудь долгожданной всеми книги или код с ссылкой на расписание студентов I курса каждого факультета по «Основам информационной компетентности».

QR-коды прекрасно разместятся на визитках, листовках, учебных пособиях по работе с электронными ресурсами, словом, на всей печатной продукции, которая была в библиотеке прежде.

**Учебные/раздаточные материалы в процессе проведения курса «Основы информационной компетентности», презентации.** При показе слайдов или видеоматериалов презентации можно обеспечить читателей раздаточным материалом с QR-кодами для доступа к презентации или дополнительным материалам сайта. Можно разместить QR-коды и на самом Power Point слайде, особенно в случае, когда презентация транслируется на компьютеры слушателей. Пользователи смогут сканировать коды с экрана.[3]

**Внеучебная работа – всевозможные игры, викторины, квесты и, само собой, экспонаты выставок.** Сейчас книжные выставки оформляются этикетками, надписями, однако, не отменяя важность этикетажа, наряду с привычными этикетками можно размещать QR-коды, которые будут нести намного больше информации.

Это, конечно, далеко не все возможности применения QR-кодов в библиотеке, все зависит от ее принадлежности, статуса, задачах, креативности и аудитории.

Да, по статистике, чаще всего люди сканируют QR-коды из любопытства, наша задача – сделать так, чтобы результатом такого любопытства стала еще одна крупная информация о библиотеке. При этом, конечно, надо иметь в виду, что, несмотря на обилие гаджетов в руках, не 100% читателей и пользователей знают о такой технологии как QR-коды, в этой связи коды не вытесняют привычную рекламную деятельность библиотеки, но красочно и интересно дополняют ее.

Сейчас, когда специальная оргтехника, ручные сканеры, станции программирования библиотечной информации доступны не всем библиотекам, кодирование библиотечной информации (данные читателя, запись в электронном каталоге и др.) может быть перенесено на QR-коды и затраты библиотеки будут минимальные – принтер, бумага, клей.

Возможности использования QR-кодов безграничны. Но, как и все технологии, QR-коды далеко не последняя ступень развития компактного представления больших объемов информации, в скором будущем они

будут заменены другими не менее забавными и интересными «причудами». Однако сейчас они популярны, просты в генерации и изготовлении и популярны. Этим надо воспользоваться и в вашей библиотеке.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. QR-код от DENSO делает мир удобнее//Бизнес-эксперт [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----9sbmbhfrvlgcqm.xn--p1ai/?p=9239>Свободный. (Дата обращения 06.06.2016)
2. Зачем QR-код библиотеке? [Электронный ресурс] URL:<http://biblioobzor.blogspot.ru/2013/11/qr.html>. Свободный. (Дата обращения 06.06.2016)
3. Гвинет А. Джонс. Чертова дюжина идей использования –кода от DaringLibrarian. [Электронный ресурс]. URL: <http://shgpi.edu.ru/biblioteka/blog/?p=3516#more-3516>. Свободный (Дата обращения 07.06.2016)