

А. Д. Машкара

Нейминг публичных библиотек США

Рассмотрено развитие брендинга и нейминга в библиотечно-информационной деятельности России и США. Отмечено, что в профессиональной американской литературе проблема нейминга библиотек рассматривается в предметном поле брендинга. В соответствии с авторской классификацией нейминга (персонифицированный, концептуальный и топонимический) проанализированы названия ведущих филиалов американских библиотечных систем. Зафиксировано, что большинство публичных библиотек США имеет топонимический вариант наименования. Для комплексного понимания особенностей американского библиотечного нейминга проведен сравнительный анализ названий филиалов Нью-Йоркской публичной библиотеки, что подтвердило преобладание топонимического нейминга, когда название содержит прямую отсылку к району расположения учреждения культуры. В процессе сравнительного анализа выявлены единичные признаки концептуального нейминга, при котором наименование связано с отражением приоритетного направления деятельности учреждения культуры или имеет в своей основе особый ассоциативный образ. Показано, что отличительной чертой персонифицированного нейминга в США является распространение библиотек, носящих имена своих основателей или крупных меценатов. Сделан вывод, что внимание к неймингу будет возрастать в рамках общей маркетинговой стратегии учреждений культуры США.

Ключевые слова: именная библиотека, нейминг, брендинг, библиотечный маркетинг, название организации, публичные библиотеки США, бренд

Aleksej D. Mashkara

Naming of US Public Libraries

The article considered the development of branding and naming in the marketing of library and information activities in Russia and in the USA. It is noted that in the professional literature of the USA, the problem of the library naming is not covered in detail but general branding issues. The names of the leading branches of American public library systems are analyzed in accordance with the author's classification of naming (personalized, conceptual and toponymic). It is noted that most public libraries in the USA have a toponymic version of the name. A comparative analysis of the names of the New York Public Library branches was carried out for a comprehensive understanding of the features of American library naming. The prevalence of toponymic naming, when the name contains a direct reference to the location of the cultural institution, is proved by the example of New York libraries. In the process of comparative analysis, single indication of conceptual naming was identified (the name is associated with the reflection of the priority direction of the cultural institution activity, or has a special associative way at its basis). The author showed that a distinctive feature of personalized naming in the USA is the prevalence of libraries with the names of their founders or major patrons. It is concluded that attention to naming will increase as part of the overall marketing strategy of US cultural institutions.

Keywords: named library, naming, branding, library marketing, organization name, US public libraries, brand

DOI 10.30725/2619-0303-2023-1-156-163

Современные библиотеки играют все более заметную роль в развитии социокультурной среды региона, в этой связи библиотечное сообщество стремится к модернизации учреждений культуры и применяет различные стратегии позиционирования нового, актуального образа. Так, например, библиотеки уходят от безликих номерных обозначений к стратегически обоснованному наименованию, поскольку

оно является одним из важных инструментов формирования яркого бренда. Удачное наименование библиотеки, при успешной маркетинговой кампании в целом, привлекает к ней новую аудиторию, во многих случаях повышает эффективность и продуктивность работы учреждения культуры, к чему стремятся библиотеки, ориентированные на стратегию развития, а не выживания.

Нейминг публичных библиотек США

За минувшие 30 лет произошла стремительная эволюция образа библиотеки, ее социальной значимости, аспектов функционирования. С учетом исторических и культурных особенностей библиотеки, специфики ее работы большое значение принимает развитие теории маркетинга библиотечно-информационной деятельности. Формирование в нашей стране рыночных отношений потребовало от библиотек новых практик, подкрепленных соответствующими теоретико-методологическими обоснованиями. В 1992–1993 гг. были переведены и изданы первые в России книги по библиотечному маркетингу: «Основы маркетинга для библиотекарей, архивистов и документалистов» [1] и «Концепция маркетинга для публичных библиотек» [2]. В новых социально-экономических условиях стали активно издаваться российские учебные пособия по маркетингу, появилось множество тематических статей, учитывающих специфику работы российских учреждений культуры. Отмечалась значимость рекламы библиотечных услуг, «положительного имиджа библиотеки как социально ориентированного учреждения» [3, с. 12].

В последние годы можно выделить повышенную исследовательскую активность в изучении деятельности именных библиотек – в частности возрастает количество тематических съездов, конференций и круглых столов библиотечно-информационного сообщества, в ходе которых специалисты делятся опытом работы с исторически сложившимся наименованием учреждения культуры или рассказывают об особенностях создания уникального названия библиотеки. В профессиональной литературе эти процессы принято обозначать понятием «нейминг».

В связи с динамичной модернизацией библиотечных процессов и с появлением новых форм работы учреждений культуры сотрудники библиотек должны обладать актуальными профессиональными знаниями и своевременно повышать уровень своей квалификации. И если комплексных исследований по библиотечному маркетингу накоплено достаточно много, то специфика нейминга изучена в меньшей степени.

Стоит отметить, что в целом маркетинговые процессы в отечественных библиотеках стали прорабатываться позднее в сравнении со странами Западной Европы и Северной Америки. Однако нейминг рос-

сийских библиотек имеет особую специфику, исходящую из исторического контекста нашей страны. Традиция присваивать почетные имена библиотекам восходит из дореволюционной эпохи. Именных библиотек в то время еще было немного и, как правило, таковыми являлись крупные городские и губернские библиотеки. В годы советской власти имена библиотекам стали присваиваться более активно, но такие решения принимались в основном по указаниям различных администраций, органов культуры. И все же чаще всего библиотеке присваивался номер, и она становилась в ряду других ей подобных [4]. Если говорить о наименовании советских библиотек, то стоит отметить особенное распространение имен различных деятелей коммунистической партии, например В. И. Ленина, Н. К. Крупской и др. Далее библиотекам активно присваивались имена знаменитых писателей – А. П. Чехов, А. П. Гайдар, А. С. Пушкин и т. д. [5, с. 222]. Наступили 90-е гг. XX в., библиотечное руководство всерьез стало задумываться о том, какое впечатление библиотеки производят на читающую публику, впервые и название учреждения культуры стало обладать особым значением. Немаловажно, что упростилась и процедура получения названия – не нужно годами доказывать свое право на то или другое имя [6].

Является ли распространенность именных библиотек исключительно культурным феноменом России, или же в зарубежной практике можно наблюдать схожие аспекты работы с названием учреждения культуры? Для изучения данной темы мы обратились к профессиональной литературе, востребованной библиотечным сообществом США, в специализированных изданиях заметно преобладание практико-ориентированных публикаций по анализируемой проблеме: можно обнаружить разнообразие книг, раскрывающих актуальные особенности маркетинговых процессов в библиотеках, подробно описывающих различные аспекты брендинга, PR. Создаются практические пособия по исследуемой теме, так, например, изданное Американской библиотечной ассоциацией «The Library PR Handbook» (Настольная книга по библиотечному пиару) раскрывает успешный опыт конкретных организационных проектов и содержит прямое руководство по улучшению коммуникации между сотрудниками библиотеки и ее пользователями [7].

Эффективные маркетинговые практики разных типов библиотек представлены в книге «Creative Library Marketing and Publicity» (Креативный библиотечный маркетинг и реклама, в которой сделан акцент на «видимых аспектах маркетинга библиотек – продвижение, реклама, брендинг и адвокация» [8, p. 8].

Особое внимание в американской профессиональной литературе уделяется терминологическим проблемам маркетинга. Так, в книге «Основы библиотечного маркетинга» (Library Marketing Basics) подчеркивается значимость понимания различий между терминами «маркетинг», «продвижение» и другими тематическими определениями [9, p. 9]. Данное издание, опубликованное в 2019 г., раскрывает аспекты планирования, бренда, особенности использования социальных медиа в работе библиотек.

Американской библиотечной ассоциацией также была опубликована ценная книга «Инструментарий библиотечного маркетинга» (The Library Marketing Toolkit), которая освещает каждый элемент маркетинга и брендинга всех типов библиотек, предлагает инновационные концепции и методы реализации продвижения организации. В тексте также представлена деятельность ведущих библиотек США, Европы и Азии в области маркетинговых стратегий [10].

«Библиотечный маркетинг и коммуникации» (Library Marketing and Communications) – актуальное издание от Американской библиотечной ассоциации, созданное в 2020 г., ориентировано прежде всего на руководителей библиотек. Автором книги особое внимание уделяется организационной структуре учреждения культуры, методам исследования целевой аудитории, планированию маркетинговой стратегии, а также рекомендациям по работе в кризисных ситуациях [11].

Анализ содержания вышеперечисленных книг позволяет сделать вывод, что в профессиональной литературе США проблема нейминга библиотечно-информационной сферы не освещается подробно, а зачастую подчинена общим вопросам брендинга. Для подтверждения данного тезиса был проведен сравнительный анализ названий ведущих филиалов американских библиотечных систем в соответствии с предложенной ранее авторской классификацией нейминга (персонифицированный,

концептуальный и топонимический) [12]. Результаты поисковых запросов в Интернете на исследуемую тему свидетельствуют о том, что большинство публичных библиотек США имеет топонимический вариант названия, при котором организация напрямую ассоциируется с районом, где она расположена, и копирует его наименование (например, библиотека «Hyde Park», «East Boston» и т. д.). Возможно, этот аспект является одной из причин второстепенного представления нейминга в маркетинговой стратегии организации. Однако некоторые филиалы крупных библиотечных систем США обладают персонифицированными названиями, когда библиотека имени значимой личности выполняет в том числе мемориальную функцию и является одним из центров сохранения местной культуры: например, филиал Бостонской публичной библиотеки, который в 1905 г. открылся в микрорайоне Ямайка-Плейн (Jamaica Plain), в 1940 г. был назван в честь монсеньора Артура Т. Коннолли (Monsignor Arthur T. Connolly Branch), давнего члена попечительского совета Бостонской публичной библиотеки и пастора местной церкви Святого Причастия [13]. В Лос-Анджелесе были созданы библиотеки имени Марка Твена, Роберта Льюиса Стивенсона. Также в США функционируют публичные библиотеки, названные в честь политических и общественных деятелей, библиотечных меценатов. В разных штатах были открыты свыше десятка библиотек имени Мартина Лютера Кинга.

Для комплексного понимания особенностей американского библиотечного нейминга был проведен сравнительный анализ названий публичных библиотек Нью-Йорка, успешный опыт деятельности которых также описывается в вышеуказанной профессиональной литературе для специалистов библиотечно-информационной деятельности. Нью-Йоркская публичная библиотека – крупнейшая в США библиотечная система, насчитывающая 92 филиала в Бронксе, Манхэттене, Статен-Айленде и обслуживающая более 16 млн посетителей в год [14]. Информационной базой для проведения сравнительного анализа стал веб-сайт библиотеки, на котором в соответствующих разделах была изучена информация о филиалах Нью-Йоркской публичной библиотеки [15].

Исследования отечественной практики библиотечно-информационной сферы

Нейминг публичных библиотек США

показывают, что персонифицированными названиями чаще обладают библиотеки, носящие имена писателей и других известных представителей культуры и искусства. Американский подход в этом направлении нейминга имеет отличительные черты: так, например, в официальном названии главного здания Нью-Йоркской публичной библиотеки упоминаются имена состоятельных библиофилов и филантропов, Джона Астора и Джеймса Леннокса, а также бывшего губернатора Нью-Йорка и кандидата в президенты Сэмюэла Тилдена. Во многом за счет их ресурсов и влияния стало возможным создание в конце XIX в. Нью-Йоркской публичной библиотеки. Центральное здание на пересечении 42-й улицы и Пятой авеню было переименовано в честь Стивена Шварцмана, американского бизнесмена-миллиардера, пожертвовавшего на капитальную реставрацию библиотеки с 2007 по 2011 г. 100 млн долларов [16]. Подобный подход к позиционированию названия учреждений культуры можно считать одним из популярных направлений персонифицированного нейминга в США, когда библиотеки получают имена своих основателей или крупных меценатов. По схожему принципу один из научно-исследовательских центров Нью-Йоркской публичной библиотеки недавно был назван в честь филантропов Дороти и Льюиса Калман [17]. Центр исследований культуры чернокожих (Schomburg Center for Research in Black Culture) носит имя писателя Артуро Шомбурга, который в 1926 г. продал Публичной библиотеке Нью-Йорка частную коллекцию афроамериканской литературы и искусства [18]. Библиотека на 110-й улице (Aguilar Library) названа в честь Грейс Агилар, еврейской писательницы [19]. Примечательна Библиотека Брайля и говорящих книг Эндрю Хейскелла (Andrew Heiskell Braille and Talking Book Library). В названии организации сделан акцент на работу с целевой аудиторией – слабовидящими. В 1978 г. издатель и филантроп Эндрю Хейскелл вступил в попечительский совет Нью-Йоркской публичной библиотеки и проделал значимую работу по ее преобразованию и развитию. На этом основании филиал Braille and Talking Book Library был назван в честь Хейскелла [20].

Библиотека Колумбус (Columbus Library) в своем названии содержит отсылку к социальному и образовательному католическому клубу «Колумбус», книжная коллекция

которого стала основой фонда библиотеки в начале XX в. [21]. Схожий нейминг проявляется в другом филиале Нью-Йоркской публичной библиотеки (Riverside Library), который был основан в 1897 г. во многом за счет вложений Ассоциации Риверсайда [22]. Из недавних примеров подобных персонифицированных названий можно отметить библиотеку Фонда Ставроса Ниархоса (Stavros Niarchos Foundation Library), открытую в 2021 г. на средства упомянутого фонда и при поддержке властей Нью-Йорка [23].

В истории российских библиотек в контексте отказа от номерного обозначения учреждений культуры есть множество примеров нейминга, но также случались переименования, вызванные социально-общественными изменениями, в США можно найти схожий пример, когда библиотека отказалась от обычного топонимического названия в пользу персонифицированного нейминга. Филиал Нью-Йоркской публичной библиотеки на 135-й улице был переименован в 1951 г. в честь поэта и писателя Каунти Каллена, который сыграл важную роль в Гарлемском ренессансе – культурном движении, возглавляемым ведущими афроамериканскими писателями и художниками, период расцвета афроамериканской культуры в 1920–1930-е гг. [24].

Библиотека на 125-й улице (George Bruce Library) названа в честь Джорджа Брюса, американского печатника, промышленника и изобретателя. В 1877 г. его дочь Кэтрин в память о своем отце пожертвовала 50 тыс. долларов на строительство здания библиотеки, а также передала книги в ее фонд [25].

Уильям Мюленберг, первый настоятель церкви Святого Причастия в Челси, пожертвовал много книг в библиотеку, которая позже стала филиалом Нью-Йоркской библиотечной системы, и таким образом увековечил свое имя в названии учреждения культуры – Muhlenberg Library [26].

Филантропическая деятельность Освальда Оттендорфера, владельца газеты New-Yorker Staats-Zeitung, стала основой для персонифицированного нейминга первой бесплатной публичной библиотеки Нью-Йорка, открытой в 1884 г. [27]. Другая старейшая библиотека на Манхэттене (Webster Library) была названа в честь Чарльза Вебстера, который поспособствовал открытию библиотеки в здании на Восточной 76-й улице [28].

Бельмонтский филиал Нью-Йоркской публичной библиотеки расположен в квартале Маленькая Италия (Little Italy) в районе Бронкс, также известен как Культурный центр Энрико Ферми (Belmont Library and Enrico Fermi Cultural Center). В названии сделан акцент на деятельность по сохранению итало-американского наследия. Данное учреждение культуры проводит множество мероприятий, выставок, связанных с итало-американской культурой, языком и историей, а также обладает обширным книжным фондом на итальянском языке. Таким образом библиотека отвечает запросам местного сообщества [29].

Основой персонафицированного нейминга могут выступать яркие представители самых разных направлений профессиональной деятельности. Библиотечный филиал имени Фрэнсиса Мартина (Francis Martin Library) был назван в честь выдающегося судьи, который занимал пост первого окружного прокурора округа Бронкс [30].

В процессе сравнительного анализа названий филиалов Нью-Йоркской публичной библиотеки не были найдены примеры исключительно концептуального нейминга, при котором наименование связано с отражением приоритетного направления деятельности учреждения культуры или имеет в своей основе особый ассоциативный образ.

Элемент концептуального нейминга выражен в названии Библиотеки Богоявления (Epiphany Library), основанной в конце XIX в. Римско-католической архиепархией Нью-Йорка [31]. В данном наименовании очевиден религиозный подтекст, но слово «epiphany» с английского языка можно также перевести как «прозрение». Однако христианская тема в названиях американских библиотек в большей степени отражается в контексте персонафицированного нейминга. Например, можно отметить библиотечный филиал (St. Agnes Library), изначально основанный в 1893 г. при часовне Святой Агнессы [32], а также Кафедральную библиотеку кардинала Теренса Кука (Terence Cardinal Cooke-Cathedral Library) [33].

Сочетание концептуального и персонафицированного нейминга проявляется в упомянутой ранее библиотеке Брайля и говорящих книг Эндрю Хейскелла (Andrew Heiskell Braille and Talking Book Library) – из названия учреждения культуры пользова-

тели сразу могут сделать вывод об особенностях библиотечного фонда.

В библиотеках Нью-Йорка распространены традиционный топонимический нейминг, когда название содержит прямую отсылку к району расположения учреждения культуры (например, Allerton Library, Battery Park City Library). Однако в этом аспекте есть свои исключения: название библиотеки Блумингдейл (Bloomingdale Library) в Нью-Йорке берет свое начало еще до войны за независимость, когда голландцы поселились в сельской местности, ныне известной как Верхний Вест-Сайд (Upper West Side) и называли этот район «Bloemendaal», что означает «долина цветов» [34]. Схожим примером является другой филиал Нью-Йоркской публичной библиотеки – Spuyten Duyvil Library. Название происходит от голландского «Spuit den Duuyvil», что в вольном переводе означает «Поток дьявола», так голландские поселенцы XVII в. называли ныне исчезнувший водный путь, отделяющий северный Манхэттен от материковой части Бронкса [35]. Можно отметить, что топонимический нейминг в ряде американских библиотек проявляется с учетом исторического контекста, а не в копировании актуальных названий местности. В этой связи примечательно сочетание персонафицированного и топонимического нейминга в филиале Hamilton Grange Нью-Йоркской публичной библиотеки. Название отсылает к 1802 г., когда Александр Гамильтон (один из отцов-основателей США) перевез свою семью в загородный дом, который он назвал Грейндж, на тогдашней сельской окраине Нью-Йорка [36].

Сравнительный анализ названий филиалов Нью-Йоркской публичной библиотеки показал преобладание топонимического нейминга (73 библиотеки), в меньшей степени распространены наименования в честь знаменитых писателей, краеведов и других значимых представителей местной культуры и искусства (17), признаки концептуального нейминга единичны – они проявляются в нескольких библиотеках Нью-Йорка (Epiphany Library, Andrew Heiskell Braille and Talking Book Library).

В целом персонафицированный нейминг американских библиотек в количественном соотношении уступает российским (в нашей стране функционирует сотни учреждений культуры имени А. С. Пушкина и других знаменитых писателей), даже с учетом разницы в распространенности

общедоступных библиотек двух стран (в США – около 16 тыс. библиотечных учреждений [37], а в России – 42 тыс. [38]). В качестве особенности персонифицированного нейминга американских библиотек можно отметить активное использование имен филантропов, попечителей и других деятелей, которые внесли весомый вклад в развитие учреждения культуры.

В Соединенных Штатах не практиковалась нумерация библиотек, исторически характерная для обозначения многих отечественных библиотек. Этим также можно объяснить тот факт, что в американских профессиональных публикациях вопрос нейминга библиотек не стоит на первом плане, тогда как в России к этой проблеме остается повышенный интерес. Тем не менее в США распространены публикации по общей проблематике нейминга, которая интересует многих представителей бизнеса.

Изучение опыта деятельности ведущих публичных библиотек США показывает, что проблема нейминга отходит на второй план в маркетинговой стратегии организации. Значительная часть учреждений культуры обладает исторически сложившимся наименованием и делает акцент на традиционную мемориальную функцию названия.

В статье Маджи Гету Крауз представлены результаты специальных исследований Центра Пью и Института Аспена о работе публичных библиотек США в цифровую эпоху. В данной публикации следует отметить следующие заключения – большинство американцев считает библиотеки важными для своих сообществ (91%) и для своих семей (76%), но треть (31%) населения не имеет представления о том, какой спектр услуг учреждения культуры могут предложить. Тем не менее среди этой социальной группы более половины людей полагают, что библиотека для них важна. Даже активные пользователи библиотек зачастую не знают об огромном массиве доступных библиотечных ресурсов и услуг. Большинство американцев по-прежнему представляет себе библиотеки в стиле XX в. [37, с. 69].

Результаты подобных исследований побуждают руководителей библиотек активнее продвигать библиотечные ресурсы и услуги, поэтому можно предположить, что будет возрастать и внимание к неймингу в рамках общей маркетинговой стратегии учреждений культуры США.

Список литературы

1. Савар Р. Основы маркетинга для библиотечных работников, архивистов и документалистов: рук. по преподаванию курса в высш. шк. Москва, 1992. Ч. 1–3.
2. Концепция маркетинга для публичных библиотек / П. Борхард, Ш. Флодель, М. Мильц, К. Рейнхардт, Г. Райтер; пер. с нем. Е. М. Ястребовой. Москва: БиблиоМаркет, 1993. 143 с.
3. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / В. В. Брежнева, Н. Ю. Деметьева, Н. В. Жадько, М. П. Захаренко, В. К. Клюев, М. Н. Колесникова; науч. ред. В. К. Клюев. Санкт-Петербург: Профессия, 2017. 240 с.
4. Матлина С. Г. Новый образ публичной библиотеки: психологические аспекты. (Постановка проблемы) // Информационный бюллетень РБА. 2002. № 21. С. 127–133.
5. Бабич И. В. Названия библиотек: тенденции изменения в социокультурном контексте // Библиотекословесие. 2017. Т. 66, № 2. С. 220–227.
6. Бойко Л. А. Библиотека имени... Новосибирск: Изд-во НГОНБ, 2016. 53 с.
7. The Library PR Handbook / ed. M. Could. Chicago: American Libr. Assoc., 2009. 113 p.
8. Creative Library Marketing and Publicity / ed.: R. J. Lackie, M. S. Wood. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield, 2015. 204 p.
9. Polger M. Library Marketing Basics. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield, 2019. 332 p.
10. Potter N. The Library Marketing Toolkit. Chicago: American Libr. Assoc., 2012. 218 p.
11. Anderson C. Library Marketing and Communications: Strategies to Increase Relevance and Results. Chicago: American Libr. Assoc., 2020. 176 p.
12. Машкара А. Д. Нейминг библиотек: терминологические аспекты // Библиотекословесие. 2022. Т. 71, № 1. С. 39–48.
13. About the Connolly Branch // Boston Public Library. URL: <https://www.bpl.org/about-connolly/> (дата обращения: 04.02.2023).
14. About The New York Public Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/help/about-nypl> (дата обращения: 04.02.2023).
15. About Our Locations // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations> (дата обращения: 04.02.2023).
16. New York Public Library Main Branch // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Public_Library_Main_Branch (дата обращения: 04.02.2023).
17. New York Public Library for the Performing Arts // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Public_Library_for_the_Performing_Arts (дата обращения: 04.02.2023).

А. Д. Машкара

18. Arturo A. Schomburg: His Life and Legacy // The New York Public Library. 2020. Oct. 5. URL: <https://www.nypl.org/blog/2020/10/05/arturo-schomburg-his-life-and-legacy> (дата обращения: 04.02.2023).

19. Cray Ch. Streetscapes/Aguilar Library, 174 West 110th Street; A Library Branch That Wasn't Designed by the Book // The New York Times. 1996. June 9. URL: <https://www.nytimes.com/1996/06/09/realestate/streetscapes-aguilar-library-174-west-110th-street-library-branch-that-wasn-t.html> (дата обращения: 04.02.2023).

20. Andrew Heiskell Braille and Talking Book Library // Flatiron NoMad. 2022. Sept. 21. URL: <https://flatironnomad.nyc/history/andrew-heiskell-braille-and-talking-book-library/> (дата обращения: 04.02.2023).

21. About the Columbus Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/columbus> (дата обращения: 04.02.2023).

22. About the Riverside Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/riverside> (дата обращения: 04.02.2023).

23. About Stavros Niarchos Foundation Library (SNFL) // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/snfl> (дата обращения: 04.02.2023).

24. About the Countee Cullen Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/countee-cullen> (дата обращения: 04.02.2023).

25. About the George Bruce Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/george-bruce> (дата обращения: 04.02.2023).

26. About the Muhlenberg Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/muhlenberg> (дата обращения: 04.02.2023).

27. About the Ottendorfer Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/ottendorfer> (дата обращения: 04.02.2023).

28. About the Webster Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/webster> (дата обращения: 04.02.2023).

29. About the Belmont Library and Enrico Fermi Cultural Center // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/belmont> (дата обращения: 04.02.2023).

30. About the Francis Martin Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/francis-martin> (дата обращения: 04.02.2023).

31. About the Epiphany Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/epiphany> (дата обращения: 04.02.2023).

32. About the St. Agnes Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/st-agnes> (дата обращения: 04.02.2023).

33. About Terence Cardinal Cooke-Cathedral Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/cathedral> (дата обращения: 04.02.2023).

34. About the Bloomingdale Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/bloomingdale> (дата обращения: 04.02.2023).

35. About the Spuyten Duyvil Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/spuyten-duyvil> (дата обращения: 04.02.2023).

36. About the Hamilton Grange Library // The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/hamilton-grange> (дата обращения: 04.02.2023).

37. Крауз М. Г. Популярнее, чем когда-либо: восприятие библиотек в США и будущие тенденции их развития // Научные и технические библиотеки. 2015. № 7. С. 60–80.

38. Стратегия развития библиотечного дела в Российской Федерации на период до 2030 года : Распоряжение Правительства Рос. Федерации от 13 марта 2021 г. № 608-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. № 12. Ст. 2072.

References

1. Savard R. Basics of Marketing for Librarians, Archivists and Documentarians: a guide to teaching a course at a higher school. Moscow, 1992. 1–3 (in Russ.).

2. Borkhard P., Flodel' Sh., Mil'c M., Rejnkhardt K., Rajter G. The Concept of Marketing for Public Libraries. Moscow: Bibliomarket, 1993. 143 (in Russ.).

3. Brezhneva V. V., Dement'eva N. Ju, Zhad'ko N. V., Zaharenko M. P., Kljuev V. K., Kolesnikova M. N. Marketing of library and information activities. Saint-Petersburg: Professija, 2017. 240 (in Russ.).

4. Matlina S. G. The new image of the public library: psychological aspects. (Problem statement). Information bulletin Russian library association. 2002. 21, 127–133 (in Russ.).

5. Babich I. V. Names of Libraries: Trends in Sociocultural Context, Bibliotekovedenie, 2017, vol. 66, no. 2, pp. 220–227.

6. Bojko L. A. Library named after.... Novosibirsk, 2016. 53 (in Russ.).

7. Gould M. (ed.). The Library PR Handbook. Chicago: American Libr. Assoc., 2009. 113.

8. Lackie R. J. (ed.), Wood M. S. Creative Library Marketing and Publicity. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield, 2015. 204.

9. Polger M. Library Marketing Basics. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield, 2019. 332.

10. Potter N. The Library Marketing Toolkit. Chicago: American Libr. Assoc., 2012. 218.

11. Anderson C. Library Marketing and Communications: Strategies to Increase Relevance and Results. Chicago: American Libr. Assoc., 2020. 176.

12. Mashkara A. D. Naming of libraries: terminological aspects. Russian Journal of Library Science. 2022. 71 (1), 39–48 (in Russ.).

Нейминг публичных библиотек США

13. About the Connolly Branch. Boston Public Library. URL: <https://www.bpl.org/about-connolly/> (accessed: Febr.04.2023).
14. About The New York Public Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/help/about-nypl> (accessed: Febr.04.2023).
15. About Our Locations. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations> (accessed: Febr.04.2023).
16. New York Public Library Main Branch. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Public_Library_Main_Branch (accessed: Febr.04.2023).
17. New York Public Library for the Performing Arts. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Public_Library_for_the_Performing_Arts (accessed: Febr.04.2023).
18. Arturo A. Schomburg: His Life and Legacy. The New York Public Library. Library. 2020. Oct. 5. URL: <https://www.nypl.org/blog/2020/10/05/arturo-schomburg-his-life-and-legacy> (accessed: Febr.04.2023).
19. Streetscapes/Aguilar Library, 174 West 110th Street; A Library Branch That Wasn't Designed by the Book. The New York Times. 1996. June 9. URL: <https://www.nytimes.com/1996/06/09/realestate/streetscapes-aguilar-library-174-west-110th-street-library-branch-that-wasn-t.html> (accessed: Febr.04.2023).
20. Andrew Heiskell Braille and Talking Book Library. Flatiron NoMad. 2022. Sept. 21. URL: <https://flatironnomad.nyc/history/andrew-heiskell-braille-and-talking-book-library/> (accessed: Febr.04.2023).
21. About the Columbus Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/columbus> (accessed: Febr.04.2023).
22. About the Riverside Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/riverside> (accessed: Febr.04.2023).
23. About Stavros Niarchos Foundation Library (SNFL). The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/snfl> (accessed: Febr.04.2023).
24. About the Countee Cullen Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/countee-cullen> (accessed: Febr.04.2023).
25. About the George Bruce Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/george-bruce> (accessed: Febr.04.2023).
26. About the Muhlenberg Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/muhlenberg> (accessed: Febr.04.2023).
27. About the Ottendorfer Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/ottendorfer> (accessed: Febr.04.2023).
28. About the Webster Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/webster> (accessed: Febr.04.2023).
29. About the Belmont Library and Enrico Fermi Cultural Center. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/belmont> (accessed: Febr.04.2023).
30. About the Francis Martin Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/francis-martin> (accessed: Febr.04.2023).
31. About the Epiphany Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/epiphany> (accessed: Febr.04.2023).
32. About the St. Agnes Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/st-agnes> (accessed: Febr.04.2023).
33. About Terence Cardinal Cooke-Cathedral Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/cathedral> (accessed: Febr.04.2023).
34. About the Bloomingdale Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/bloomingdale> (accessed: Febr.04.2023).
35. About the Spuyten Duyvil Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/spuyten-duyvil> (accessed: Febr.04.2023).
36. About the Hamilton Grange Library. The New York Public Library. URL: <https://www.nypl.org/about/locations/hamilton-grange> (accessed: Febr.04.2023).
37. Krauz M. G. More Popular Than Ever: Perceptions of Libraries in the United States and Future Trends. Scientific and Technical Libraries. 2015. 7, 60–80 (in Russ.).
38. Strategy for the development of librarianship in the Russian Federation for the period up to 2030: Decree of the Government Russ. Federation dated Mar. 13. 2021 N 608-p. Collection of Legislation of the Russian Federation. 2021. 12, 2072 (in Russ.).