

Государственное бюджетное учреждение культуры  
Рязанской области «Рязанская областная универсальная  
научная библиотека имени Горького»

Отдел организационно-методической и образовательной  
деятельности

## Профессиональные советы:

аналитический обзор  
библиотечной периодики

III квартал  
2022 года

*«Никогда не прекращайте вашей самообразовательной работы и не забывайте, что, сколько бы вы ни учились, сколько бы вы ни знали, знанию и образованию нет ни границ, ни пределов».*

*Н. Рубакин*



Рязань 2022

УДК 23.5  
ББК 78.349.5  
П84

Составитель: Т. В. Бартенева, главный библиотекарь отдела организационно-методической и образовательной деятельности.

Профессиональные советы : аналитический обзор библиотечной периодики (III квартал 2022 года) / ГБУК РО «Ряз. обл. универс. науч. б-ка им. Горького», Отд. орг.-метод. и образоват. деятельности ; сост. Т. В. Бартенева. – Рязань, 2022. – 16 с.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Современная библиотека.....	4
Работа с читателями.....	10
Коротко о важном.....	13

**Фирсова И. SMART-библиотека как инновационный проект в мире культуры // Университетская книга. – 2022. – № 6 (июль – август). – С. 34–36.**

С обновленным пространством и уникальной концепцией Центральной библиотеки №197 имени А.А. Ахматовой, расположенной в Западном административном округе Москвы, знакомит статья руководителя маркетинга и PR Объединения культурных центров Западного округа столицы.

Опытные специалисты при разработке концепции использовали классические маркетинговые инструменты и проектный подход: набор активностей, конечным результатом которых должен быть продукт или услуга.

Подготовительные работы по запуску SMART-библиотеки были разделены на несколько этапов: анализ и формирование портрета целевой аудитории (ЦА) библиотеки, выявление и анализ потребностей ЦА, подготовка SWOT-анализа, формирование уникальных торговых предложений, составление и проверка маркетинговых гипотез для разработки финальной концепции, выборов каналов коммуникации с ЦА и поиск партнеров. И здесь очень важна роль топ-менеджера.

Во время формирования концепции при определении аудитории и ее потребностей в качестве ориентира были взяты результаты исследования бизнес-школы «Сколково». А при формировании портрета потенциальной аудитории SMART-библиотеки – анализ исследований, опубликованных крупными агентствами и известными компаниями. В результате пришли к выводу, что самой активной и платежеспособной аудиторией являются женщины в возрасте от 25 до 35 лет и семьи с детьми.

Далее были выявлены потребности ЦА и, что могло мотивировать семьи приходить в библиотеку и стать ее постоянными пользователями.

Анализ поведенческих характеристик данной аудитории показал, что библиотеке необходима не только внешняя трансформация, но и внутренняя, нужны новые смыслы.

При выборе конечной цели специалисты библиотеки ориентировались на методику ОКК (objectives and Key Results, «Цели и ключевые результаты») – управление проектами для синхронизации командных и индивидуальных целей. Суть методики – постановка общей амбициозной, но достижимой цели, а затем синхронизация данной цели с задачами всех участников проекта и организации. На основе этой методики была

определена цель: создать уникальное библиотечное пространство, предугадывающее требования потребителей XXI века. В основу концепции были положены три ключевые составляющие: современные технологии, навыки XXI века и непрерывное образование.

«Новая концепция оказалась на стыке современной и русской классики: библиотека стала SMART-библиотекой имени Анны Ахматовой. Сейчас такая связь прослеживается во многих элементах библиотеки: например, вы можете благодаря представленной AR-технологии увидеть живую Анну Ахматову, которая прочтет вам свои стихи».

Чтобы продемонстрировать потенциальным посетителям возможности библиотеки и оценить перспективность и востребованность новой концепции, в преддверии Дня знаний прошел фестиваль «SMART-семья». Благодаря активной PR-компании фестиваля, библиотека получила около 100 публикаций в СМИ. Суммарно на мероприятие зарегистрировалось более 1,5 тыс. участников.

Говоря о каналах коммуникаций, автор обращает внимание на то, что важно не просто выбрать правильную аудиторию, но и определить каналы, которые позволят с ней взаимодействовать. Были проанализированы посещаемость, возраст и пол посетителей различных порталов, сайтов и социальных сетей. На основе анализа были разработаны собственные каналы. Например, был разработан лендинг<sup>1</sup> smart.bibliozo.ru, ежемесячная посещаемость которого составляет более 20 тыс. просмотров в год.

Еще один эффективный инструмент – это работа с сообществами и партнерами.

Заданная высокая планка, по словам автора, предполагает непрерывное развитие коллектива: команда регулярно тестирует инновационные форматы, создает новые продукты для посетителей.

Библиотека стала первой в России, которая провела на своей территории хакатоны – форумы, во время которых участникам надо за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервер или мобильное приложение); запустили первый в истории библиотек конкурс в формате Giveaway с призовым фондом партнёров в размере 100 тыс. рублей; открыли собственную студию звукозаписи.

---

<sup>1</sup> Лендинг - это одностраничный сайт с краткой информацией о товаре, услуге или мероприятии. Его задача - превращать посетителей в клиентов. Пользователи переходят на лендинг по ссылкам с рекламных баннеров, постов из соцсетей, электронных писем или СМС // <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-landing-page/>.

**Корякова Т. А. Оптимизация статистического учёта : максимум учетных показателей с минимальными трудозатратами // Библиотечное дело. – 2022. – № 10 – С. 10–12.**

По мнению специалистов Центральной городской публичной библиотеки им. В.В. Маяковского Санкт-Петербурга, Автоматизированная система статистического учета (АССУ) (клиент-серверное приложение, предназначенное для извлечения статистической информации из библиотечных баз данных), созданная для Корпоративной сети общедоступных библиотек Санкт-Петербурга – идеальный инструмент для достижения этой цели.

С 2015 года для создания Единой системы библиотечного обслуживания общедоступные библиотеки Санкт-Петербурга начали использовать Единую обезличенную (без персональных данных) базу данных читателей, которая содержит набор сведений, необходимых при обслуживании, обеспечении сохранности фонда, заполнении формы государственной статистики и анализе состава пользователей библиотеки. Из этой базы выгружаются в АССУ статистические данные по книговыдаче, описываются процессы учета выдачи и продления документов (подсчет выдачи документов ведется дифференцированно по видам документов и подразделениям, категориям пользователей и отраслям знаний; в 2022 году будет осуществлена выдача изданий на электронные формуляры общедоступных библиотек города при выполнении заказов через МБА; просмотры оцифрованных изданий из Электронной библиотеки также собираются автоматически и выгружаются из АССУ отдельной графой).

В результате основная статистика по выдаче документов доступна в любой момент и в любом подразделении для всех библиотек города.

Сложнее, по словам автора, было упорядочить учет посещений (посещения с целью регистрации и перерегистрации; получения логина и пароля для доступа к подписным лицензионным базам данных; выдачи и возврата изданий). Также автором рассматриваются вопросы так называемых анонимных посещений: посещений с целью контролируемого просмотра изданий в структурных подразделениях; посещений с целью использования персональных компьютеров и персональных устройств; посещений книжных выставок; посещений специально оборудованных зон библиотеки на постоянной основе; посещений в целях использования платных сервисных услуг, предоставляемых библиотекой; посещений специалистов других библиотек и организаций смежного профиля в целях получения методических консультаций и т.п.).

Много изменений было внесено в систему учета посещений мероприятий (ведется специальная база данных). В статье приведен пример выгрузки количества посещений по подразделениям, но есть возможность выгрузки и по категориям читателей, можно сделать разбивку по дням месяца и т.д.

Внедрение новой системы статистического учета способствовало оптимизации связанных с ним процессов и возможности анализировать реальные показатели для оценки эффективности своей работы.

**«Место притяжения» : объявлены победители межрегионального конкурса на лучшую рекламу библиотеки // Современная библиотека. – 2022. – № 5. – С. 5.**

В апреле 2022 года состоялся межрегиональный конкурс на лучшую рекламу библиотеки «Место притяжения», объявленный центральной городской библиотекой Нижнего Новгорода (ЦГБ). Спонсором и партнером конкурса стала одна из крупнейших частных образовательных организаций высшего образования России – «Синергия». В авторских видеороликах конкурсанты должны были показать возможности библиотек нового поколения, рассказать о новых услугах, творческом потенциале сотрудников и перспективах развития книжного пространства в целом.

Заявки на участие прислали около 80 библиотек из разных регионов России.

Оценивались ролики по нескольким критериям: качество исполнения, креативность концепции, отражение новых направлений, реклама библиотеки как культурной институции в целом, привлечение новых пользователей.

Победителями стали:

1-е место – Муниципальная библиотека им. Бориса Машука МИБС г. Благовещенска.

2-е место – Библиотека им. К.М. Станюковича ЦБС Автозаводского района Нижнего Новгорода.

3-е место – Объединение культурных центров Западного административного округа Москвы.

Победители получили в подарок сертификаты на бесплатное обучение по программам повышения квалификации Университета СИНЕРГИЯ:

I-е и II-е места – курс «Интернет-маркетинг» (216 часов);

III-е место – курс «SMM-маркетинг» (42 часа).

Спецприз от ЦГБ Нижнего Новгорода за качество и полноту отражения всего спектра деятельности современной библиотеки получил видеоролик ЦБС г. Ульяновска.

**Святскова И. Как библиотеке работать с инфлюенсерами? // И. Святскова, Т. Попандопуло // Библиотечное дело. – 2022. – № 10. – С. 19–20.**

Nfluencer marketing – способ продвижения товаров или услуг через инфлюенсеров. Инфлюенсер – человек, бренд или группа лиц, которые могут повлиять на поведение и решения своей аудитории. Маркетинг влияния сейчас очень востребован. Но библиотеки редко привлекают к сотрудничеству инфлюенсеров. Причиной этому, по словам авторов, является отсутствие понимания у библиотекарей, в каком направлении надо двигаться, чтобы привлечь лидеров мнений, а иногда и не понимание того, кто такой «лидер мнений» и как он может помочь библиотеке.

«Лидер мнений – человек, который влияет на решение других людей. Это те люди, к которым прислушивается народ». Лидером мнений может быть и блогер, и доктор наук, но их объединяет одно – они косвенно влияют на наш выбор.

Лидеры мнений тратят много времени на создание своего личного бренда и выстраивание дружественных отношений с аудиторией. Они делают из своего имени бренд и, по сути, они продают свое имя. Если инфлюенсеры поймут, какую пользу библиотека может принести их подписчикам, они будут рады работать с ней. Лидер мнений может одним предложением привести множество пользователей в библиотеку, а может навредить ее репутации.

Так, что же может дать лидер мнений библиотеке? Это:

- реклама непосредственно самой библиотеки;
- реклама здания библиотеки;
- реклама интерьера библиотеки;
- реклама уникального фонда;
- реклама мероприятий, акций, челенджей;
- реклама блога библиотеки.

Инфлюенсер может присутствовать на крупном мероприятии и вести прямой эфир, может также заранее его прорекламировать.

Авторы статьи, отвечая на вопрос о том, как можно привлечь инфлюенсера в библиотеку, предлагают использовать следующие действенные методы:



- дать блогеру контент, который можно использовать в его блоге (это может быть необычное и интересное мероприятие, редкая литература. А возможно, сама по себе библиотека – контент: Библиотека комиксов, Книжная капелла и т.д.);

- договориться о взаимном пиаре;

- заплатить (по мнению авторов, это самый действенный метод, но не всегда возможный. Здесь можно говорить о привлечении благотворителей);

- информационное спонсорство;

- давить на жалость (например, в случае реализации проекта для социально-незащищенных слоев населения, можно рассказать о нем лидеру мнений, ссылаясь на детей-инвалидов, сирот или бездомных животных).

«Блогеры-миллионники – это, прежде всего, люди. Их также можно увлечь челленджем, фотоакцией или проектом, поэтому стоит развивать маркетинг влияния в библиотеке. За ним будущее».

**Дворецкая М. А. С учетом склонностей и личностных особенностей : раскрытие кадрового потенциала в библиотеке // Библиотечное дело. – 2022. – № 14. – С. 35–36.**

В 2022 году в сфере подбора и управления персоналом (точнее – HR) выделился тренд на раскрытие кадрового потенциала. Автор статьи, ведущий библиотекарь ЦБС для детей им. Н. Островского города Красноярска, отвечает на вопрос «Что это такое, и какое отношение имеет к библиотекам?».

По мнению автора, библиотечные специалисты становятся все более мультифункциональными: им приходится быть библиотекарями, организаторами, сценаристами, рекламщиками, SMM-специалистами, видеорежиссерами, актерами и т.д. Не в каждой библиотеке четко разграничены обязанности, зачастую один человек выполняет сразу несколько функций. Для этого и предполагается внедрение процесса раскрытия кадрового потенциала.

Раскрытие кадрового потенциала – это управление способностями и возможностями коллектива с целью обеспечения эффективного функционирования библиотеки. Кадровый потенциал – это умение и навыки членов коллектива, которые могут быть использованы для роста компании.

Для библиотек – это те компетенции, которые увеличивают основные показатели библиотеки, говорящие о ее востребованности (количество читателей, посещения, документооборота). По словам автора, читатели часто идут «на человека»: посещают библиотеку в дни, когда работает определенный сотрудник.

Кадровый потенциал библиотеки обеспечивает продуктивную деятельность учреждения и является важной частью в системе управления персоналом. Под потенциалом сотрудника подразумевается компетентность, его профессионализм, опыт и наработки, новаторство и т.д.

Под управлением кадровым потенциалом понимается соответствие целей и задач библиотеки со способностями, умениями и талантами библиотекарей. При эффективном управлении кадровым потенциалом, сопряженным с удовлетворением личных потребностей каждого отдельного работника библиотеки, качество труда улучшается. Для этой цели создаются условия для справедливых, равноправных, открытых отношений в коллективе, когда специалист имеет возможность раскрыть свой потенциал и раскрыть свои компетенции.

Предварительно, прежде чем ставить цели, следует выяснить, какими компетенциями и ресурсами обладают сотрудники библиотеки. Зная личностные качества и компетенции каждого сотрудника, легко распределить имеющиеся задачи на весь коллектив, учитывая загруженность каждого библиотекаря.

Важно обеспечить непрерывность образования библиотекарей, так как постоянно меняются задачи, которые ставит перед библиотекой современное общество. Жизненно необходимо повышение квалификации в смежных областях: сценарная композиция, видеомонтаж, реклама, SMM-технологии. Лозунг «Образование на протяжении всей жизни» актуален как никогда.

Актуальна и психологическая работа с коллективом, позволяющая снять какие-либо напряжения, сдерживающие сотрудника.

## **РАБОТА С ЧИТАТЕЛЯМИ**

**Германцев С. Г. «Мягкая сила» культуры : мигранты и библиотека // Библиотечное дело. – 2022. – № 10. – С. 29–30.**

Термин американского политолога Джозефа Ная «мягкая сила» обозначает способ оказывать влияние на людей и социум через язык и культуру, положительный имидж страны. Библиотека, как универсальный и доступный сегмент культуры, доступна мигранту. Но работа с этой целевой группой, за редким исключением, не ведется, на нее не выделяются средства. По мнению автора, потребности мигрантов во многом далеки от внимания общества и государства.

Библиотека № 261 ОКЦ ТиНАО расположена в Москве в районе Коммунарка, который широко известен в медиасреде за счет двух факторов:

пандемия коронавируса и место жительства тысяч мигрантов, многие из которых работают в расположенным неподалёку «Фуд Сити».

Автор статьи, исходя из собственного опыта, называет факторы, затрудняющие работу с мигрантами:

- бытовая ксенофобия со стороны «коренных» москвичей...
- ... как следствие - круг общения мигрантов ограничивается своей этнической группой;
- зачастую - недостаточное знание государственного языка...
- ... как следствие - ограничение доступа к культурным услугам;
- в отечественной сфере культуры мало специалистов, говорящих на необходимых языках (узбекский, таджикский...).

В библиотеку № 261 часто обращаются мигранты-родители, желающие помочь своим детям интегрироваться в российскую социокультурную среду, освоиться в школе.

Что же может предложить им обычная библиотека? Станислав Германцев предлагает следующее:

- многие современные семьи приносят в библиотеку книги из домашних библиотек. Детские книги он рекомендует поставить в буккроссинг, чтобы родители-мигранты могли взять их своим детям;
- массовые мероприятия. По наблюдению автора, дети легче находят общий язык между собой, нежели взрослые. Библиотекари могут попросить у родителей, берущих книги в буккроссинге, телефон и приглашать их детей на мероприятия.

В работе с мигрантами существуют и потенциальные риски, (выявленные автором исключительно на опыте отдельной московской библиотеки). Так, библиотеки Москвы обслуживают читателей не только с постоянной пропиской, но и временной регистрацией. Среди мигрантов людей с временной регистрацией большинство. И в этом случае есть вероятность, что книги могут не вернуть. Комментируя ситуацию, автор рекомендует осторожно относиться к выдаче литературы: вначале следует приглядеться к читателю и не выдавать сразу много книг на руки. «С одной стороны это может выглядеть как ущемление прав человека на доступность информации; с другой – мы оберегаем право других читателей на получение книг. В конечном счете, это делается для практической пользы самой библиотеки.... В любом случае, работа с мигрантами не рассчитана на получение быстрого результата...».

**Шумилова Н. А. Туристическая столица янтарного края : от идеи к проекту и воплощению // Библиотечное дело. – 2022. – № 10. – С. 36–39.**

Зеленоградская центральная библиотека им. Ю.Н. Куранова стояла у истоков развития локального туризма города Зеленограда: литературного, исторического, культурно-познавательного, событийного и культурно-оздоровительного. Начиная с 2006 года, библиотека реализует проект, связанный с геокультурным брендингом Зеленограда: открыты арт-объекты в городском пространстве, разработаны туристические маршруты.

Благодаря участию в конкурсном отборе национального проекта «Культура», была разработана концепция развития учреждения, которая соответствовала выбранной миссии: библиотека – ресурсно-информационный центр локального туризма, соответствующий потребностям сегодняшнего времени и потребностям жителей и гостей города.

Для успешного развития туристической деятельности библиотека имеет богатейшие ресурсы. Зеленоград имеет давнюю историю, неразрывно связанную с именами Адама Мицкевича, деятелей литовской культуры Фридриха и Александра Куршайтисов, Петра Столыпина. В новой истории города значатся имена поэтов Ильи Сельвинского, Роберта Рождественского, Марка Кабакова и многих других.

При создании максимально привлекательной культурной среды, основанной на использовании богатейших исторических ресурсов, учитывались запросы жителей и гостей города. В концепции предусматривалась и организация времяпрепровождения на улицах, площадях, скверах и парках.

Авторы статьи делятся опытом формирования уличной культуры: открытие мемориальных досок; Летнего читального зала и бюста королевы Елизаветы в библиотечном сквере; создание скульптурной композиции «Литературная тропа Сэма Симкина»; «Пограничный столб как символ Калининградской области» и др.

Популяризации объектов городской культуры также способствуют туристические маршруты, литературные прогулки, форумы и фестивали: Столыпинские чтения или Балтийский культурно-экономический форум им. П. В. Столыпина; фестиваль «Васильковое лето королевы Луизы»; «Литературный телеграф», поэтические чтения, посвященные Адаму Мицкевичу... . Благодаря открытию кинолектория «Исторический кадр», библиотека реализует собственные кинопроекты.

В дальнейших планах библиотеки: проведение в курортный сезон литературного фестиваля «Море книг на берегу моря» и открытие первого в России музея курортологии.

## **КОРОТКО О ВАЖНОМ**

**Автономова П. «Гений места» : как новый проект в библиотеках будет развивать креативную экономику регионов России / П. Автономова, Н. Безносова, М. Штайн // Университетская книга. – 2022. – № 6 (июль – август). – С. 28–33.**

По словам представителей команды штаб-квартиры проекта «Гений места», который действует в рамках компетенции Центра развития библиотечной деятельности Департамента модельных библиотек РГБ под руководством Надежды Безносовой, «Проект “Гений места”» создан, чтобы воодушевлять людей на творческие открытия по всей стране. Реализация на базе библиотек позволяет ему стать открытой площадкой для всех желающих, раскрывает все возможности творчества и образования, знакомит с огромной базой данных по креативным индустриям – бумажными книгами и электронными изданиями, хранящимися в фондах. Через сплоченность действий и концентрацию смыслов люди в регионах открывают для себя новые способы продвижения своих территорий, уверенными шагами стремятся к запуску собственного дела, создают уникальные продукты творчества».

В статье представлен опыт участия библиотек России в реализации проекта. В том числе описан опыт библиотек Рязанской области.

**«Территория эмоций» // Современная библиотека. – 2022. – № 6. – С. 5.**

В парке «Швейцария» Нижнего Новгорода открылся внестационарный пункт обслуживания Центральной городской библиотеки «Территория эмоций».

«Территория эмоций» – это современная площадка для всестороннего развития эмоционального интеллекта, повышения качества коммуникации, а также гармонического развития личности. Здесь можно и почитать, и отдохнуть, заняться арт-терапией, библиотерапией.

На площадке библиотеки проводятся просветительские мероприятия. Для этого есть все необходимое: компьютеры, 3D-принтеры, сканеры.

Комплекс программ предназначен для людей разного возраста. Например, занятия арт-терапией для детей и взрослых, нейрографика, книжный клуб на двух языках (русском и английском), фотошкола,

участники которой смогут научиться улавливать эмоции людей и настроения города.

Для самых маленьких посетителей «Территории эмоций» выделены часы для сказкотерапии и арт-терапии. Для людей постарше – музыкальные и литературные вечера, лекторий для родителей и молодых мам.

С людьми работают профессиональные психологи и педагоги. Занятия проводятся как на свежем воздухе, так и внутри уютного, комфортного помещения. Для всех посетителей открыта зона коворкинга с современным мультимедийным оборудованием и бесплатным Интернетом.

Одно из основных направлений – библиотерапия. Индивидуальные и групповые занятия, представляющие собой направленное чтение специально подобранной литературы вместе с профильным специалистом, способствуют духовному росту нижегородцев, умениям управлять своими эмоциями, развивать коммуникативные навыки.

Для читального зала закуплены 400 книжных новинок: нон-фикшн по саморазвитию; книги по психологии; литература об эмоциях и эмоциональном интеллекте; художественные произведения, в которых мотивы и поступки персонажей представляют интерес для обсуждения.

**«Библиотека, экология, устойчивое развитие : теория и практика»  
// Современная библиотека. – № 6. – 2022. – С. 7.**

«Библиотека, экология, устойчивое развитие: теория и практика» – под таким названием 27 октября 2022 года на базе Государственной публичной научно-технической библиотеки России (ГПНТБ России) пройдет II Международная онлайн-конференция.

Участники конференции обсудят актуальные вопросы экологического образования и просвещения, поделятся практическим опытом работы, а также наметят перспективы сотрудничества организаций в деле продвижения и популяризации экологических знаний.

Конференция проводится под эгидой Международного профессионального форума «Книга. Культура. Образование. Инновации» («Крым»).

Участие в конференции не предусматривает регистрационного сбора.

По итогам конференции планируется издание цифрового сборника докладов.

**Минобрнауки России сообщило об исключении всех вузов из Болонского процесса // Университетская книга. – 2022. – № 6 (июль – август). – С. 4.**

Болонская группа 11 апреля объявила решение прекратить представительство России и Белоруссии во всех структурах Болонского процесса.

После выхода России из Болонского процесса разработка нового закона об образовании займет не менее года. Такой срок обозначила глава Комитета Совета Федерации по образованию, науке и культуре Лилия Гумерова.

Новое правовое поле должно включать в себя лучшие практики их всех современных практик, иностранных и отечественных, а также советских.

**Всероссийский книжный рейтинг возглавила художественная литература // Университетская книга. – 2022. – № 6 (июль – август). – С. 4.**

Ведущие операторы книжного рынка: онлайн-платформа Ozon.ru, сервис электронных и аудиокниг «ЛитРес», MyBook (входит в ГК «ЛитРес») и объединенная розничная сеть «Читай-город – Буквоед» – представили Всероссийский книжный рейтинг первого полугодия 2022 года. В него вошли данные за период с 16 декабря 2021 г. по 15 мая 2022 г.

Предпочтения читателей в первом полугодии 2022 г. отличаются от прошлого года: теперь россияне читают больше художественной литературы (её доля – 58% в топ-50 бестселлеров), российские авторы поднялись в рейтинге на верхние позиции, а объем бумажных книг по сравнению с цифровыми увеличился на 19%.

В топ-50 рейтинга вошли издательства: «Азбука», «Альпина», «АСТ», «Бомбора», «Попурри», «Махаон», МИФ, «Синдбаб», «София», «ЭКСМО» и Popcorn Books.

Топ-5 бестселлеров:

- Ольга Примаченко. К себе нежно. Книга о том, как ценить и беречь себя;

- Катерина Сильванова, Елена Малисова. Лето в пионерском галстуке;

- Фёдор Нечитайло. Земля королей. Червовый том;

- Мосян Тунсю. Благословение Небожителей. Том 1;

- Федор Нечитайло. Земля Королей. Трефовый том.

Впервые в топ-5 вошли художественные произведения: роман, комиксы и манга. Четыре книги из пяти написаны российскими авторами.

Приведен рейтинг электронных книг топ-5 и топ-10 регионов России, которые продемонстрировали самый быстрый рост по объему продаж.

**Книжная культура – 2022 // Университетская книга. – 2022. – № 6 (июль – август). – С. 5.**

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в рамках совместного проекта с сайтом «Комсомольской правды» (KP.RU) представил результаты опроса о чтении. Инициативный всероссийский интернет-опрос «ВЦИОМ-Онлайн» проведен 11-12 мая 2022 г. В нем приняли участие 1,6 тыс. россиян в возрасте от 18 лет.