

ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ

Рецензия на книгу

УДК [02:655]:347.7

DOI 10.25281/2411-2305-2023-4-110-119

П.С. Прасолова**Знак обслуживания
в издательской деятельности библиотек**

Реферат. В настоящее время приобретает актуальность проблема грамотного использования знака обслуживания в библиотечной издательской деятельности. Данный маркетинговый инструмент пока не получил должного освещения в публикациях специалистов из сферы книговедения, библиотековедения и библиографоведения. Для успешной реализации собственной интеллектуальной (в том числе издательской) продукции библиотек очень важно ее активное продвижение к потребителю, поэтому и необходима выработка индивидуального бренда. Один из способов решения этой задачи – целенаправленное использование знака обслуживания, созданного, утвержденного и должным образом официально зарегистрированного (согласно нормам действующего законодательства Российской Федерации). В статье также затрагиваются некоторые вопросы, связанные с правовыми аспектами индивидуализации издательской продукции библиотек.

Ключевые слова: библиотечно-информационный маркетинг, библиотечно-информационные услуги, издательская деятельность библиотек, издательский бренд, знак обслуживания, логотип.

Для цитирования: Прасолова П.С. Знак обслуживания в издательской деятельности библиотек // Библиография и книговедение. 2023. № 4. С. 110–119. DOI: 10.25281/2411-2305-2023-4-110-119.

Издательская деятельность библиотек в настоящее время продолжает активно развиваться. При этом на основе изучения информационных потребностей целевых групп пользователей ассортимент полиграфической продукции расширяется (в него входят не только книги и библиографические издания, но и буклеты, листовки, плакаты, флаеры, блокноты и т. п.). Поэтому необходим ряд продуманных и системных мероприятий, которые помогли бы библиотеке занять свою уникальную

**Полина Сергеевна
Прасолова**

Белгородский
государственный институт
искусств и культуры,
кафедра библиотечно-
информационной
деятельности
ул. Королева, д. 7,
Белгород, 308033, Россия

аспирант
ORCID 0000-0003-3801-2667;
SPIN 2990-9244
Lina126@yandex.ru

нишу на современном отечественном книжном рынке.

Пять лет назад, в рамках Международной ярмарки интеллектуальной литературы non/fictio № 20 на заседании круглого стола «Издательская деятельность библиотек: настоящее и будущее» (29 ноября 2018 г.), проведенного по инициативе Российской государственной библиотеки (РГБ), обсуждались задачи и тенденции развития книгоиздания в библиотеках разных уровней, актуальные вопросы продвижения и формирования репертуара библиотечных изданий. Активно и заинтересованно выступали участники мероприятия — руководители и сотрудники федеральных, центральных, московских библиотек, издательств, книгораспространительских структур, Российской книжной палаты. Как отметил заместитель генерального директора РГБ по научно-издательской деятельности А.Ю. Самарин, «в последнее время заметно расширение репертуара библиотечных изданий: библиотеками издается довольно много художественной, детской литературы, рекламно-сувенирной продукции» [1].

Усиление роли библиотеки как информационного навигатора обеспечивают не только традиционные печатные издания, но и мультимедийные и электронные продукты. Их разнообразие объясняется основными мотивами обращения пользователей к библиотечно-информационным услугам: образование, саморазвитие и досуг (в конечном итоге это и определяет содержание большинства таких изданий) [2].

Об этом же свидетельствует сравнительно небольшое число современных публикаций об издательской деятельности библиотек. В частно-

сти, Ю.Б. Авраева [3], Г.Л. Левин [4], П.А. Лодыгина [5], С.Г. Матлина [6], Е.В. Никонорова [7], С.П. Трояновский [8] рассматривают вопросы видового ассортимента продукции, общее состояние, проблемы и перспективы.

При обращении к массиву этих публикаций можно убедиться, что их авторов интересуют прежде всего типы и виды библиотечных изданий, технология их создания, а также количественный и качественный анализ. Однако в профессиональной печати практически не уделяется внимания средствам индивидуализации издательской деятельности.

Как же наиболее емко и наглядно для потребителей можно охарактеризовать уникальность миссии библиотеки, а также ее материальный и духовный потенциал? На помощь в этом случае приходит *бренд*, достаточно широко используемый сейчас в качестве средства индивидуализации библиотечной деятельности. Несмотря на то что термин «бренд» получил широкое распространение в научном, профессиональном и бытовом обиходе, он все-таки не имеет юридического или правового статуса, т. е. его легальное определение в законодательстве Российской Федерации отсутствует. Необходимой же юридической процедурой, направленной на правовую защиту бренда библиотеки, является регистрация знака обслуживания [9, с. 567].

Как правило, знак обслуживания фиксирует самый запоминающийся и выразительный элемент облика библиотеки, способствует хорошему узнаванию ее в социокультурной среде и в конечном итоге может стать неотъемлемым элементом бренда. При-

влекая внимание пользователей, он в то же время формирует и эмоциональную привязанность, фактически объединяя самые значительные интеллектуальные и эмоциональные характеристики библиотеки в едином символе. Поэтому знак обслуживания вполне может эффективно использоваться в межбиблиотечном (в том числе электронном) пространстве.

Начиная с 90-х годов XX века для создания уникального образа библиотеки достаточно широко использовался *логотип* (как неотъемлемый компонент фирменного стиля). Однако хотя логотип используется в библиотечной практике, он также юридически не закреплён. Это большой недостаток — особенно в контексте развивающегося общего и профильного права в России.

Логотип — оригинальное шрифтовое выражение названия библиотеки, причем все буквенные символы берутся из любого современного языка. Логотип строится на основе дизайна, предполагающего использование художественных достоинств шрифта [10]. Логотип может выступать как зарегистрированный знак (и как его составная часть), если индивидуализирующее обозначение содержит и иное изображение (помимо шрифта).

Библиотеки обычно используют зарегистрированный знак обслуживания в качестве издательской марки (или знака). Таким образом, издательская марка рассматривается как свидетельство о принадлежности печатной продукции конкретному издательству и размещается на элементах произведения (печатного или электронного). В Российской Федерации

в Системе стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу (СИБИД) сейчас действует ГОСТ Р 7—04—2020 «Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления». Издательская марка может быть размещена на титульном листе, обороте титульного листа, либо на нижней части книжного корешка [11].

Гражданский кодекс оперирует лишь терминами «товарный знак» и «знак обслуживания» (последний относится непосредственно к сфере услуг). Особое место в деятельности издательских структур отводится товарному знаку как действенному правовому инструменту, позволяющему сформировать круг потребителей и укрепить позиции на рынке информационных услуг. Товарный знак (знак обслуживания), согласно ст. 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации, представляет собой обозначение, служащее для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [12].

Регистрация как правовая основа знака обслуживания библиотеки

Сегодня регистрация знака обслуживания, его использование во всех направлениях библиотечно-информационной работы (включая и издательское) — не только право библиотеки, но и ее обязанность. Данный факт объясняется наличием ст. 1486 Гражданского кодекса, закрепляющей положение о прекращении правовой охраны знака обслуживания (исключительного права) досрочно в отношении правообладателя вследствие

неиспользования знака непрерывно в течение трех лет (по требованию любого физического или юридического лица) [12].

Знак обслуживания библиотеки является обозначением, индивидуализирующим услугу, который на определенной стадии своего развития может трансформироваться в составляющую бренда. Но до этого момента путь обычно долгий, включающий целый ряд этапов — от предпосылок создания до непосредственного применения библиотечной.

Отправной этап, как правило, связан с потребностью библиотеки зафиксировать свои уникальные особенности с привлечением современных креативных концепций. Все это предполагает выработку стратегии, где основополагающей задачей является анализ внутренней среды библиотечной организации.

При этом необходимо разработать гармоничный визуальный образ, которой может закрепить уникальный имидж конкретной библиотеки, отличающий ее от других и отражающий особенности ее социальной миссии [13, с. 8]. На этапе отбора составляющих компонентов знака обслуживания — дизайна, изображения, цвета, расположения — определяется и его философия, идея и основа концепции библиотеки в целом.

На данном этапе необходимо учесть, что в случае разработки эскиза будущего знака дизайнером (в рамках его трудовых обязанностей) следует применять правило п. 2 ст. 1295 Гражданского кодекса: исключительное право на произведение принадлежит работодателю, если трудовым или гражданско-правовым договором между ними

не предусмотрено иное [12]. При сотрудничестве с дизайнерским бюро в договор на разработку логотипа (или образа будущего знака) необходимо включить условие об отчуждении авторских прав (передачи их в полном объеме).

В конкурентной среде необходимо защитить с помощью правовых норм образ услуги библиотеки — т. е. произвести его регистрацию, которая и определяет следующий этап. Государственная регистрация знака обслуживания осуществляется Федеральной службой по интеллектуальной собственности (Роспатентом). Требования к документам, правила их составления, подачи и рассмотрения представлены на официальном сайте Роспатента [14].

Библиотеке, как юридическому лицу-заявителю, необходимо представить в электронном виде (или непосредственно) следующие документы: заявление о государственной регистрации созданного обозначения в качестве знака обслуживания (с указанием заявителя и его местонахождения); заявляемое обозначение; его описание; перечень услуг, в отношении которых испрашивается государственная регистрация и которые сгруппированы по классам Международной классификации товаров и услуг (МКТУ).

Регистрация каждого знака применяется к товарам и услугам, которые систематизированы по классам. На данный момент существует 45 таких классов: 34 для товаров и 11 для услуг. Исходя из вида выбранного класса и будет запрашиваться правовая охрана знака. Поэтому для использования знака обслуживания в издательской деятельности необходимо

указать, помимо других, и шестнадцатый класс МКТУ [15].

В последующем проводится формальная экспертиза (проверка процедуры приема и регистрации) и экспертиза знака обслуживания по существу (проверка соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства Российской Федерации), которой предшествует оплата государственной пошлины [16]. Результатом экспертизы является вынесение решения о государственной регистрации знака обслуживания библиотеки (а затем уплата пошлины за регистрацию и за выдачу свидетельства).

Завершающий этап — выдача библиотеке свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), которое начиная с 17 января 2021 г. выдается в форме электронного документооборота (а по желанию правообладателя — на бумажном носителе) [17].

Термины «товарный знак» и «знак обслуживания» все же отличаются сферами применения. Товарный знак индивидуализирует товары юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а знак обслуживания применяется для индивидуализации выполняемых работ или оказываемых услуг [18].

Установленные нормативными актами правила о товарных знаках соответственно применяются и к знакам обслуживания. Форма заявки на регистрацию использует эти понятия через запятую, а в свидетельстве о регистрации после слов «на товарный знак» в скобках следуют слова «знак обслуживания».

Библиотека, для которой зарегистрирован товарный знак (знак об-

служивания), является обладателем исключительного права на него — как правообладатель, она может его использовать и распоряжаться, а также запрещать другим его использовать.

Затем библиотека может применять этот знак (на основании принятых внутренних локальных актов) как элемент фирменного стиля на вывеске (информационной конструкции), на табличках (отделов и прочих подразделений), на закладках и разделителях для книг, полиграфических продуктах (в том числе на библиографических списках и указателях), рекламных баннерах, бланках, визитках, объявлениях. Логично присутствие знака обслуживания и на читательском билете (в какой бы форме он ни был). Электронный вариант может использоваться при оформлении презентаций, при ведении библиотечных страниц в социальных сетях, на сайтах библиотек и др.

В целом применение такого средства индивидуализации в издательской деятельности привлекает пользователей библиотечно-информационных услуг и может рассматриваться как маркетинговая деятельность по продвижению своего бренда.

Знак обслуживания в библиотечной практике

В качестве хорошего примера можно привести издательскую деятельность Российской государственной библиотеки, одного из лидеров научно-информационных учреждений страны. РГБ специализируется на сериальных изданиях, монографиях, сборниках материалов научных конференций и библиографических пособиях [4]. Ее знак



Рис. 1. Знак обслуживания РГБ



Рис. 2. Первая страница журнала «Библиотековедение» (знак обслуживания в нижней части полосы)

обслуживания зарегистрирован Роспатентом 1 июня 2012 г., действует по 1 апреля 2030 г. (рис. 1) и используется издательством РГБ «Пашков дом». Так, его можно увидеть в научных журналах «Библиотековедение» и «Обсерватория культуры» (на задней стороне обложки) (рис. 2–3). Новый вариант разработан в 2022 г. и уже начал использоваться (рис. 4).

Аналогичная ситуация наблюдается в изданиях Российской национальной библиотеки, зарегистрировавшей свой



Рис. 3. Задняя сторона обложки журнала «Обсерватория культуры» (знак обслуживания в нижней части стороны)



Рис. 4. Первая страница журнала «Библиография и книговедение» (знак обслуживания в верхней части полосы)



Рис. 5. Знак обслуживания РНБ в верхней части передней стороны обложки одного из выпусков сборника «Проблемы краеведческой деятельности библиотек»

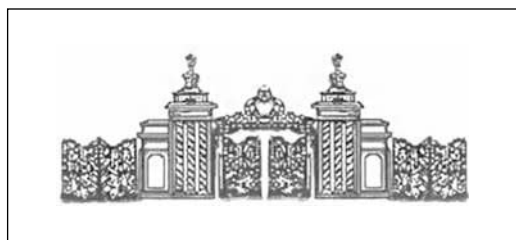


Рис. 6. Знак обслуживания Научной педагогической библиотеки им. К.Д. Ушинского Российской академии образования (Москва)

знак 27 октября 2003 г. (рис. 5). Она выпускает научную литературу гуманитарной направленности и занимает ведущую позицию в области библиотекведения, библиографии и истории книги.

Вполне возможно выработать особый фирменный стиль, где главную роль будет играть знак обслуживания. У Научной педагогической библиотеки им. К.Д. Ушинского Российской академии образования он обыгрывает образ знаменитой чугунной ограды усадьбы Демидовых, в которой она в настоящее время и располагается. Сама усадьба включена в списки памятников архитектуры [19] (рис. 6).

Один из ярких примеров использования знака обслуживания — краеведческая деятельность. Информационные услуги в области краеведения становятся все более разнообразными и интересными. Деятельность библиотеки по созданию краеведческой библиографической продукции способствует продвижению источников объективной информации о регионе, оказывает поддержку краеведческому туризму. Это идет на пользу не только собственному имиджу, но и имиджу региона в целом (при этом обычно используются и элементы книжной культуры, и устоявшаяся символика конкретной территории) [20].

Вдумчивый подход к разработке знака, грамотная правовая охрана и активное использование содействуют лояльности и доверию потребителя, закрепляя положительную установку по использованию издательской продукции библиотеки [21].

На пути к конкурентному преимуществу?

Инструменты индивидуализации в издательской деятельности библиотек являются наиболее эффективным механизмом продвижения бренда. Зарегистрированный в установленном порядке знак делает продукцию брен-

довой библиотеки узнаваемой, а социальный эффект более значимым.

В качестве необходимого элемента системы брендирования знак обслуживания выступает не только триггером создания репутационного капитала, но и гарантом высокого качества услуг и продукции библиотеки. При этом использование зарегистрированного знака в ее издательской деятельности не требует каких-либо дополнительных правовых действий.

Его применение способно обеспечить конкурентное преимущество и служит ориентиром для формирования стратегии развития деятельности библиотек, в том числе на современном издательском рынке.

Список источников

1. Волхонская Е.Н. Обсуждение издательской деятельности библиотек на поп/fictio № 20 // Библиотековедение. 2018. Т. 67, № 6. С. 707–713. DOI: 10.25281/0869-608X-2018-67-6-707-714.
2. Библиотечный маркетинг 360°: итоги конференции // Университетская книга. URL: <http://www.unkniga.ru/innovation/tehnology/13470-bibliotechniy-marketing-360.html> (дата обращения: 25.09.2023).
3. Авраева Ю.Б. Глазами директора и методиста // Актуальные вопросы библиотечной работы : теория и практика. Москва : МГУКИ, 2009. С. 105–113.
4. Левин Г.Л. Научная и издательская деятельность Российской государственной библиотеки в зеркале библиографии и наукометрии // Библиотековедение. 2017. Т. 66, № 5. С. 509–517. DOI: 10.25281/0869-608X-2017-66-5-509-517.
5. Лодыгина П. Научно-издательская деятельность центральных библиотек регионов // Библиотечное дело. 2020. № 20 (374). С. 21–24.
6. Матлина С.Г. От «серой литературы» — к многоцветью жанров и тем. Феномен издательской деятельности публичных библиотек // Библиотечное дело. 2008. № 2 (68). С. 2–4.
7. Никонорова Е.В. Научно-издательская деятельность библиотек: открытые возможности для креативных идей и устойчивого развития // Информационный бюллетень РБА. 2022. № 98. С. 126–135.
8. Трояновский С.П. О состоянии издательской деятельности библиотеки // ГПНТБ России. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2000/doc/tom2/s11/Doc14.html> (дата обращения: 25.09.2023).
9. Прасолова П.С. Бренд и знак обслуживания библиотеки: общее и особенное // Библиотековедение. 2021. Т. 70, № 6. С. 655–665. DOI: 10.25281/0869-608X-2021-70-6-655-665.
10. Паллотта В.И., Сичкарь Т.В. Семiotический аспект в дизайне логотипов и товарных знаков // Костюмология : научный журнал. 2019. № 3. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/10IVKL319.pdf> (дата обращения: 25.09.2023).
11. ГОСТ Р 7–04–2020. Издания. выходные сведения. Общие требования и правила оформления. Москва : Стандартинформ, 2020. 67 с.
12. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. Ч. 1. Ст. 5496.
13. Титова О. Встречают по логотипу // Библиополе. 2022. № 1. С. 8–10.
14. Федеральная служба по интеллектуальной собственности : официальный сайт. 2023. URL: <https://rospatent.gov.ru/ru> (дата обращения: 12.08.2023).
15. Международная классификация товаров и услуг для регистрации знаков. URL: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/>

obshchaya-chast-mktu-11-2022.pdf (дата обращения: 25.09.2023).

16. Об утверждении Административно-го регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов: Приказ Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 483 // Консультант-Плюс : справочно-правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185292/5ea2fa5a284d875f0255e3a91e9ae067ae481c9a/ (дата обращения: 25.09.2023).

17. Информационное сообщение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 28 января 2021 г. «О выдаче патентов и свидетельств в форме электронного документа и предоставлении в составе заявок трехмерных моделей» // Гарант : справочно-правовая система.

URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400155547/> (дата обращения: 25.09.2023).

18. Что такое знак обслуживания и как его защитить // О законе: [портал]. URL: <https://ozakone.com/grazhdanskoe-pravo/znak-obslyuzhivaniya-primer.html> (дата обращения: 25.09.2023).

19. Информационный центр «Библиотека имени К.Д. Ушинского» PAO. URL: <http://www.gnpbu.ru/history/manor/> (дата обращения: 25.09.2023).

20. Буринская Е.Н. Издательская деятельность библиотек по краеведению. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izdatelskaya-deyatelnost-bibliotek-po-kraevedeniyu/viewer> (дата обращения: 25.09.2023).

21. Гендина Н.И., Рябцева Л.Н. Изменение функций библиотек в эпоху социокультурных трансформаций: социальные риски и проблема выбора ориентиров // Библиотекословение. 2018. Т. 67, № 3. С. 257–265. DOI: 10.25281/0869-608X-2018-67-3-257-265.

Иллюстрации предоставлены автором статьи.

Статья поступила в редакцию 06.04.2023; одобрена после рецензирования 21.07.2023;
принята к публикации 27.10.2023.

FROM PRACTICAL EXPERIENCE

Original article

Service Mark in Library Publishing Activities

Polina S. Prasolova

Belgorod State Institute of Arts and Culture, Belgorod, Russia

Lina126@yandex.ru; ORCID 0000-0003-3801-2667; SPIN 2990-9244

Abstract. Nowadays the problem of competent use of service mark in library publishing activity is becoming relevant. This marketing tool has not yet received proper coverage in the publications of specialists from the field of book studies, library science and bibliography. For the successful realization of their own intellectual (including publishing) products of libraries is very important its active promotion to the consumer, so it is necessary to

develop an individual brand. One of the ways to solve this problem is the purposeful use of a service mark, created, approved and duly officially registered (according to the norms of the current legislation of the Russian Federation). The article also touches upon some issues related to the legal aspects of individualization of library publishing products.

Keywords: library and information marketing, library and information services, library publishing, publishing brand, service mark, logo.

Citation: Prasolova P.S. Service Mark in Library Publishing Activities, *Bibliografiya i knigovedenie* [Bibliography and Bibliology], 2023, no. 4, pp. 110–119. DOI: 10.25281/2411-2305-2023-4-110-119.

The article was submitted 06.04.2023; approved after reviewing 21.07.2023;
accepted for publication 27.10.2023.

Вышли в свет

Библиофильство

Альманах библиофила / [Междунар. союз обществ. организаций книголюбов]; гл. ред. Л.В. Шустрова. Москва : Международный союз книголюбов, 2022. Вып. 45. 221, [2] с. : ил., факс. 500 экз.

Московский клуб библиофилов. Москва : МКБ, 2022. Т. 3 : Наше тридцатилетие : заседания CLXXIX–CLXXXIII, сентябрь 2013 — январь 2014, доклады, статьи, приложение. 406, [1] с. : ил., цв. ил. 200 экз. ; Т. 4 : заседания CLXXXIV–CXCVII, февраль 2014 — апрель 2015 : доклады, из прошлого. 462, [1] с. : ил., факс. 200 экз. ; Т. 5 : заседания CXCVIII–CCXIII, май 2015 — январь 2017 : доклады, статьи. 414, [1] с. : ил., цв. ил., факс. 200 экз.

Пирожков Г.П. За 448 верст от Москвы / Междунар. инф. нобелевский центр, РАЕН, Тамбов. регион. отд-ние. Тамбов [и др.] : Нобелистика, 2022. Кн. 8 : Моя библиотека: автографы на книгах, букинистические, миниатюрные и оригинальные издания : [сб.]. 232 с. 500 экз.

Смит Э. Записки библиофила : почему книги имеют власть над нами / пер. с англ. Т. Камышниковой. Москва : КоЛибри : Азбука-Аттикус, 2023. 271 с. 2000 экз.

Библиография

Аннотированный указатель периодических изданий Новгородской губернии (1838–1927) : учеб. пособие / М-во науки и высшего образования РФ, Новгородский гос. ун-т им. Ярослава Мудрого; сост.: И.В. Василенко [и др.]. Великий Новгород : НовГУ, 2022. 70 с. 500 экз.

Моргенштерн И.Г. Общее библиографоведение : учебник для СПО. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург [и др.] : Лань : Планета музыки, 2023. 207, [1] с. : ил. (Среднее проф. образование). 50 экз.

Хомякова И.Г. Мир библиографии Н.А. Рубакина: среди книг и современников : сб. статей : [к 160-летию со дня рождения] / М-во культуры Рязанской обл., Рязан. обл. универс. науч. б-ка им. Горького, Рязан. библиот. о-во. Рязань : Б-ка им. Горького, 2022. 359 с. : ил., факс. 200 экз.