

И. Ф. Заманова,

*кандидат филологических наук,
доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности;*

И. Г. Фоменко,

*преподаватель кафедры библиотечно-информационной деятельности
государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Белгородский государственный институт
искусств и культуры», г. Белгород, Россия*

ИМИДЖ БИБЛИОТЕКИ: СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются основные способы формирования имиджа библиотеки – корпоративная культура, фирменный стиль, логотип (эмблема), слоган (девиз), фирменный блок, реклама, корпоративный герой, а также его задачи – закрепление в сознании потребителей элементов узнаваемости у читателей, повышение внутренней организационной культуры, воспитание у сотрудников чувства гордости за свою организацию.

Ключевые слова: библиотека, имидж, фирменный стиль, логотип, слоган, корпоративный герой, реклама.

I. Zamanova,

*PhD in Philology, Associate Professor of the Department
of Library and Information Activities;*

I. Fomenko,

*Lecturer of the Department of Library and Information Activities of the
Educational Institution "Belgorod State Institute of Culture and Arts",
Belgorod, Russian Federation*

IMAGE OF THE LIBRARY: METHODS OF FORMATION

Abstract. The article discusses the main ways of forming the image of the library - corporate culture, corporate identity, logo (emblem), slogan (motto), corporate block, advertising, corporate hero, as well as the tasks of the image - fixing in the minds of consumers the elements of recognition among readers, improving internal organizational culture, developing a sense of pride in the employees for their organization.

Keywords: library, image, corporate identity, logo, slogan, corporate hero, advertising.

Сегодня особенно важным условием для успешного взаимодействия с обществом является имидж. Это понятие имеет широкий объем параметров, по которым можно судить об объекте не только по проявляющимся в реальной действительности качествам, но и по их смысловой нагрузке.

Поэтому можно говорить об имидже не только человека, но и организации, товара и даже места.

Имидж – это впечатление, которое останется в памяти читателей после посещения библиотеки. Говоря иными словами, это репутация, сформированная на протяжении долгого времени. В понимание репутации вкладывается история организации, ее традиции, правила поведения, последовательность и предсказуемость.

В настоящее время библиотекам необходимо не только быстро реагировать на изменения во внешней среде и приспосабливаться к ним, но и поддерживать собственную индивидуальность.

Имидж включает корпоративную культуру и разработку фирменного стиля (логотип, слоган или девиз, графика и цвет в оформлении помещений, фирменный блок, корпоративный герой).

Все элементы имиджа направлены не только на объединение библиотечного пространства, но и на запоминаемость среди настоящих и потенциальных читателей.

Логотип^{*} – графический знак, рисунок, символ, направленный на быстрое распознавание организации. Он должен быть оригинальным и ассоциативным.

Логотип Белгородской государственной универсальной научной библиотеки представляет собой конус^{*}, по внешнему краю которого расположились слова «Белгородская государственная универсальная». Нижний край конуса – это своеобразный фундамент, основание, по которому идет надпись – «научная библиотека». Конус венчается раскрытой книгой – источником знаний. Логотип выдержан в зеленых тонах, что символизирует наличие в библиотеке книг по разным отраслям знаний. Фигура конуса трактуется как символ солнца и обозначает

* <https://media.contented.ru/glossary/logotip>.

* <http://www.symbolarium.ru/index.php>.

постоянство, в данном случае вечность и традиционность библиотеки и предоставляемых ею услуг.

Интересный логотип у муниципального учреждения культуры «Центральная библиотека Краснояружского района»: из страниц развернутой книги всплывает солнце, освещающая все своими лучами и символизируя открытость и доступность знаний. Логотип окрашен в красный цвет, символизирующий энергию и активность [2].

Логотип (эмблему) принято размещать в пространстве библиотеки, на ее официальных документах, рекламной продукции и т. д.

Фирменный блок библиотеки – логотип (эмблема), графика и шрифт, декоративные дизайнерские элементы, слоган (девиз). Требования к данному блоку – оригинальность, простота и логичность, легкость в восприятии и запоминании.

Слоган (девиз) – это краткая ритмичная фраза, указывающая направленность деятельности библиотеки («Читать – это модно», «Книга – объединяет», «Книга – друг», «Скажи книге – да», «Пусть всегда будет книга», «Измени жизнь к лучшему – запишись в библиотеку»).

С недавних пор приветствуется для развития имиджа наличие корпоративного героя, который становится своеобразной призмой восприятия библиотеки читателями.

Так, в Волгодонской библиотеке для юношества № 3 поселилась Мышь библиотечная, которая сначала была придумана для конкурса профессионального мастерства «Библиотека года». Это ростовая кукла, сделанная руками сотрудников. С тех пор корпоративный герой активно участвует во всех библиотечных мероприятиях и рекламных акциях [1].

А в Красноярской краевой научной библиотеке корпоративным героем стал настоящий рыжий кот, которого однажды в санитарный день обнаружили в закрытом каталожном ящике. Библиотекари его приютили и назвали Леопольдом. А читатели считают, что с этого момента в библиотеке стало гораздо уютней. Ученый котик* – корпоративный герой встречает читателей уже у входа в Центральную городскую библиотеку им. Н. Островского г. Белгорода. Читатели так его полюбили, что вяжут ему шапочки и шарфики, чтобы не замерз.

* <https://library-bat.ru/2014/06/08>.

Корпоративный герой необходим библиотекам, так как обеспечивает крепкую связь и с постоянными читателями, и с потенциальной аудиторией. Такой герой должен обладать следующими качествами: быть симпатичным и обаятельным, оригинальным и убедительным, а самое главное – вызывать доверие и быстро запоминаться. Ну и конечно, корпоративный герой должен соответствовать корпоративному образу библиотеки, ее духу,

К функциям имиджа можно отнести такие, как:

- идентифицирующая (помогает читателю обратиться за информацией в определенную библиотеку);
- имиджевая (наличие оригинального, узнаваемого стиля вызывает доверие у читателей, способствует повышению престижа библиотеки);
- рекламная (позволяет библиотеке позиционировать себя в обществе);
- дифференцирующая (запоминающийся образ библиотеки помогает читателю ориентироваться в потоке услуг).

Таким образом, главной задачей создания имиджа библиотеки стало не только закрепление в сознании потребителей элементов узнаваемости у читателей, но и повышение внутренней организационной культуры, и выработка у сотрудников чувства гордости за свою организацию. Кроме того, имидж всегда указывает на длительную положительную историю организации и способствует сокращению затрат на рекламную деятельность, поскольку должен быть прежде всего запоминаемым.

1. Библиотеки Волгодонска. Библиотека для юношества № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vdonlib.ru/library/biblioteka-dlya-yunoshestva-3>. – Дата доступа: 05.09.2022.

2. Лавров, И. Цвет логотипа, как выбрать: психология цветов [Электронный ресурс] / И. Лавров. – Режим доступа: <https://turbologo.ru/blog/podbor-cveta-logo>. – Дата доступа: 05.09.2022.