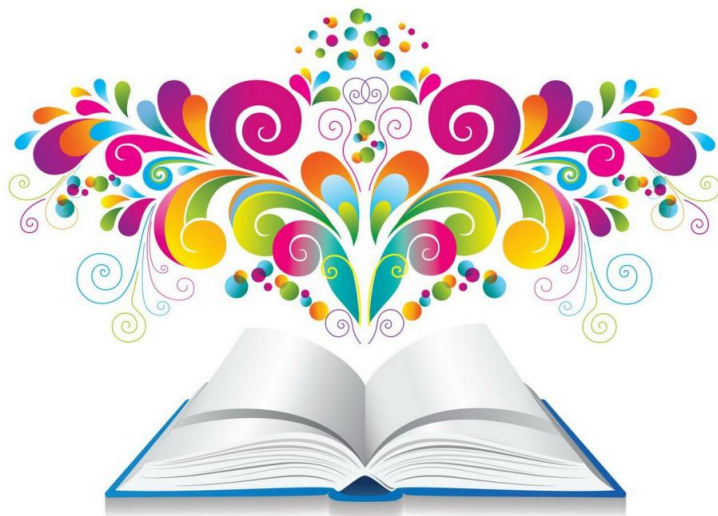


Муниципальное бюджетное учреждение культуры  
муниципального образования Павловский район  
«Межпоселенческая библиотека»



***Библиоимидж: новый облик  
в новое время***

Ст. Павловская, 2021

Создание привлекательного имиджа библиотеки – это главная функция, выполняемая комфортной библиотечной средой. Ее можно представить как совокупность нескольких компонентов: предоставление читателям сопутствующей информации; организация библиотечного пространства; состояние рабочих мест и мест отдыха; организация библиотечных фондов.



Представление о том, что библиотека — это помещение для хранения документов, относится к самым ранним проявлениям библиотечной мысли. Азбуковниками XVII века слово библиотека толкуется как дом книжный, или книгохранилище. Для хранения книг требовалось специальное помещение.

С развитием библиотечного дела вставал вопрос организации библиотечных зданий. В отличие от ряда зарубежных стран, русские библиотековеды не противились сотрудничеству библиотекарей с архитекторами и техниками. Суть этого сотрудничества сводилась к тому, что библиотекарь должен был квалифицированно изложить архитектору технические условия и особенности конкретной библиотеки. Считалось, что помещение играет большую роль в организации всей библиотечной работы, а оборудование является частью библиотечной эстетики.

Время доказало правоту этих утверждений. Сегодня дизайну библиотек уделяется большое значение. И хотя не всегда библиотеки могут позволить себе большие материальные затраты на покупку оборудования, каждая старается художественно оформить свое пространство, создать свой неповторимый стиль.

Огромное значение для библиотеки играет ее благоприятный образ — имидж. Имидж библиотеки можно определить как сложившийся в массах эмоционально окрашенный образ, определяемый отношением общества к библиотеке, ее услугам и ресурсам. Качество этих изменений зависит от деятельности коллектива, руководства библиотеки, которые должны целенаправленно, систематически формировать имидж на основе имеющихся ресурсов.

Понятие «имидж», которое в переводе с английского обозначает «создание образа», сегодня прочно вошло в употребление в различных государственных и общественных сферах. Но словосочетание «имидж библиотекаря» для многих по-прежнему звучит непривычно.

В повседневной практике библиотека, как и любая социальная организация, сталкивается с параллельным существованием трех различных образов: идеальным, зеркальным и реальным.

**Идеальный имидж** — тот, к которому библиотека стремится. Он, отражает направление движения, стремления, генеральные цели деятельности. Идеальный имидж всегда остается таковым, так как по мере

достижения намеченного ставятся новые, еще более сложные задачи.

**Идеальный имидж** служит критерием оценки перспективных планов и текущих решений. В зеркальном имидже отражается мнение сотрудников о привлекательности библиотеки для читателей, ее репутации, о внимании к ней властных структур и населения.

**Реальный имидж** характеризует действительное отношение различных групп граждан к библиотеке, их удовлетворенность качеством обслуживания, понимание значения библиотек для общества.

**Имидж** — это общее представление о библиотеке, которое зависит от каждодневной работы и вырабатывается за долгие годы.

Исторически сложилось так, что библиотекарь всегда оставался как бы в тени своего дела. Такие понятия, как «скромный», «тихий», стали неотъемлемыми, сопутствующими нашей профессии. Долгое время в СМИ, художественной литературе (как русской, так и мировой), киноискусстве формировался отрицательный образ библиотекаря (тусклая внешность, волосы, убранные в пучок, тихая, а порой даже безропотная женщина). И что удивительно - библиотекари не всегда пытались сломать данное представление о себе.

Но шло время. Происходили изменения в мировом сообществе, в стране, в т.ч. и в библиотечной сфере. Постепенно менялось и отношение людей к библиотечной профессии. Библиотекари выходят на

международный уровень, общаются с коллегами из разных стран, и, как следствие, приходит понимание места своей профессии в мире. Возникает потребность взглянуть на себя со стороны.



Сегодня ситуация такова: все признают возрастающую роль библиотеки в расширяющемся информационном пространстве, но развитию библиотечного дела по-прежнему уделяется недостаточное внимание.

Одной из многих проблем является подготовка кадров. Общественное мнение оказывает огромное влияние на выбор профессии, поэтому сегодня необходима не просто корректировка общественного мнения, а создание нового позитивного восприятия профессии библиотекаря, и решение этого вопроса должно беспокоить не только коллег - теоретиков, но и

нас – библиотекарей - практиков. Потому что именно мы, общаясь с читателем, порой неосознанно положительно или отрицательно влияем на популярность нашей профессии.

Проблема имиджа библиотеки и библиотекаря изучается в ряде стран мира. Общим в этих исследованиях является вывод о том, что самопортрет так же важен, если не более, как имидж, создаваемый пользователями. Так, в исследовании австралийских библиотекарей отмечено, что библиотекари должны учиться смотреть вокруг себя и находить позитивные, работающие на будущее, полезные и состоятельные точки зрения, формирующиеся в обществе относительно их имиджа.



Главная задача имиджа - показать наряду с компетентностью вашу готовность к общению, создать образ доброго советчика. Наш имидж в сознании других людей создается поведением, речью, обликом и профессионализмом. И чем гармоничнее все составляющие, тем более цельным оказывается впечатление.

Для определения места библиотекаря в областях социально-коммуникационной деятельности проводились исследования деловых качеств работников этой профессии. По материалам исследований был составлен «идеальный «Деловой портрет библиотекаря», в котором акцент сделан на наиболее значимые психологические качества:

- ✓ внимание,
- ✓ настойчивость,
- ✓ дисциплинированность,
- ✓ память,
- ✓ уравновешенность,
- ✓ коммуникативность,
- ✓ активность,
- ✓ четкая грамотная речь,
- ✓ умение логически мыслить.

Деловые качества:

- ✓ высокое качество работы,
- ✓ повышение профессиональных знаний,
- ✓ творческий подход к работе,
- ✓ умение принимать профессиональные решения.

Умение сориентировать читателя в большом массиве информации - показатель высокой квалификации и культуры библиотечного работника.

Новые технологии создания электронных информационных продуктов, потенциал и потребности Интернет - пространства демонстрируют необходимость профессиональной миграции библиотекарей в новые сферы деятельности, расширение, а не сужение поля деятельности.

Мы видим усложнение информационных потребностей современного человека и современного общества; библиотечное дело вооружается новыми технологиями, в том числе компьютерными, возможности которых позволяют достигать невиданных ранее результатов. Обязанностью библиотекарей становится как обучение, консультации пользователей, так и посредничество, поскольку огромный объем информации требует большего, чем прежде, количества специалистов, владеющих навыками поиска информации и умеющих анализировать и оценивать ресурсы и потребности пользователей.

Имиджмейкеры и психологи относят профессию библиотекаря к категории женщин-консультантов и считают, что они должны обладать следующими качествами:

- ✓ профессионализм,
- ✓ компетентность;
- ✓ внимательность;
- ✓ общительность;
- ✓ доверительность;
- ✓ готовность к помощи.

Обнаружилась значимая связь между тем, как одет консультант, и оценкой клиентами его внимательности, искренности, компетентности, доверием к нему, а также с повторным желанием его видеть.

Профессия библиотекаря предполагает соблюдение этикета в одежде и во внешнем облике. Одежда должна соответствовать нашей внутренней культуре, зависеть от конкретной ситуации, положения в обществе, возраста. В



библиотечной среде неуместны яркие дорогие одежды, изысканные прически, обилие украшений, яркая косметика. Костюм библиотекаря - это костюм деловой женщины, имеющей свой стиль.

Правильно выбранный стиль одежды помогает свободно себя чувствовать, быть уверенным в себе.

В современном информационном обществе библиотекари имеют возможность повысить имидж своей профессии как распространителей информации и информационных консультантов. И в этом свою роль должна сыграть реклама.

Библиотекари должны быть «громогласными», «приметными» в обществе, если это в интересах дела, осознать и уметь доказать, что они знают об информации больше, чем кто-либо другой. При всем этом главной задачей должно остаться качественное обслуживание пользователей.

Читатели судят о библиотеке, прежде всего, по ее сотрудникам, с которыми они соприкасаются по работе. Знания, умения, навыки, целевые установки работников библиотек являются теми факторами, от которых зависит успешное функционирование библиотеки, качество предоставляемой информации.

По содержанию рекламных сообщений библиотечную рекламу можно подразделить на следующие виды:

1. Адресную, цель которой — информировать население о библиотеке и ее месте расположения. Основной формой такой рекламы является вывеска, сообщающая, что в здании находится библиотека. Наряду

с названием библиотеки, вывеска, как правило, содержит информацию о режиме работы библиотеки.

2. Престижную, которая направлена на создание у пользователей представления о библиотеке как о надежном, высококвалифицированном партнере.

В основе престижной рекламы лежит индивидуальный, фирменный стиль библиотеки (бренд), который способствует закреплению положительной установки на библиотеку. Специалисты по рекламе определяют фирменный стиль как набор цветовых, графических, словесных, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство продуктов и услуг.

Набор компонентов фирменного стиля включает:

- ✓ фирменный или товарный знак (в том числе логотип);
- ✓ фирменный шрифт или набор шрифтов;
- ✓ фирменный лозунг или девиз (слоган);
- ✓ фирменный набор цветов;
- ✓ цветовой или композиционный вариант фирменного бланка.

Слоган является важнейшим элементом фирменного стиля. Это своего рода флаг рекламного послания. Он не должен быть большим и включать более 7- 10 слов.

Слоган должен отвечать следующим требованиям:

1. Слоган должен отображать особенности имиджа данной библиотеки, возможно, вызывать ассоциации с названием библиотеки (само название библиотеки может входить в слоган).

2. Фраза, составляющая слоган, должна быть краткой, звучной, динамичной, правильной с точки зрения фонетики, то есть легко выговариваться.

3. Слоган должен учитывать психологические особенности целевых групп рекламного воздействия.

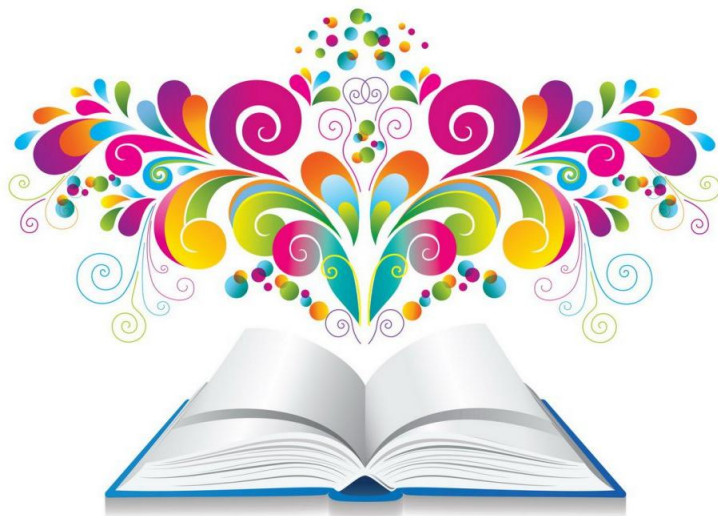
4. Слоган не должен допускать двойного толкования, то есть должен ясно и четко восприниматься на слух с первого раза.

### **Примеры слоганов:**

1. *Открой свою книгу.*
2. *Книги — кирпичики вашей карьеры!*
3. *Книга — начало Вашей карьеры!*
4. *Книжсек должно быть много.*
5. *Хочешь все знать? Нечего спать! Друга бери – В библиотеку иди!*
6. *Наслаждение чтением – это – Наслаждение жизнью.*
7. *Новое поколение – выбирает чтение!*
8. *Хочешь быть продвинутым? Двигай в библиотеку!*
9. *Библиотека – место, где чтение уместно!*
10. *Интернет — это водопад, библиотека — кран с водой. Что вы выбираете, чтобы утолить жажду?*
11. *«Чтоб не прослыть невеждой, читайте «Белые одежды!»»*
12. *«У меня теперь до веку лучший друг – библиотека!»*
13. *Не пошёл на дискотеку – заходи в библиотеку!*
14. *«Частица сердца – читателю, библиотеке – семейный уют».*
16. *«Каждой книге – ее читателя».*
17. *«Время читать – время знать!»*
18. *«Читателю – книгу».*

19. *«Библиотечная остановка».*
20. *«Это – Ваша библиотека».*
21. *«Библиотека работает для Вас».*
22. *«Библиотека готова предоставить Вам все свои книжные сокровища».*
23. *«Не забудь зайти в библиотеку: книжки скучают без тебя».*
24. *«Приходи почаще! Библиотечные книжки скучают без тебя!»*
25. *«В библиотеке Вас любят, ценят, помнят...»*
26. *«Твоя библиотека всегда ждет тебя!»*
27. *«Только у нас и только сегодня — максимум информации о женском чтении!»*
28. *«Ваше присутствие украсит нашу встречу!»*
29. *«Вас ждут приятные сюрпризы!»*

Муниципальное бюджетное учреждение культуры  
муниципального образования Павловский район  
«Межпоселенческая библиотека»



## ***Библиоимидж: новый облик в новое время***

Подготовил методист  
Пузырная О.А.

Ст. Павловская, 2021