

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
«Межпоселенческая центральная библиотека имени И.М. Бондаренко»
Неклиновского района Ростовской области
Методико-библиографический отдел

«Разрушаем стереотипы»

Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности

В помощь молодому библиотекарю.

Выпуск 2

2020 г.

Цель сборника – раскрыть понятия имиджа и его значение в формировании положительного мнения о библиотеке в обществе. Показать роль библиотекаря в создании позитивного имиджа библиотеки в соответствии с требованиями времени. Материал рассчитан на специалистов в области библиотечного дела.

Разрушаем стереотипы. Имидж библиотеки как основа её успешной деятельности. Методические рекомендации в помощь молодому библиотекарю/МБУК «Межпоселенческая центральная библиотека им. И.М. Бондаренко»; сост. И.В. Слепушкина. – с. Покровское, 2020. – 12с.



Понятие «имидж» происходит от английского слова «image» – «образ», «представление». Имидж – образ-представление, который создают специально для объекта. Создание имиджа библиотеки – процесс, необходимый и актуальный. Если не выстраивать целенаправленно собственный имидж, он будет формироваться спонтанно. Точно так же, если не выстраивать и не контролировать развитие библиотеки, этот процесс не будет системным и планомерным. Забота о совершенствовании имиджа – это наглядное доказательство того, что библиотечному учреждению небезразличны запросы его пользователей. Построение имиджа библиотеки – это не разовые рекламные мероприятия, а регулярная работа по разработке и проведению мероприятий, ориентированных на формирование элементов имиджа.

1. Внешнебиблиотечный имидж библиотеки.

Формирование имиджа библиотеки зависит от следующих компонентов:

- авторитетность и компетентность руководителя;
- профессионализм библиотечных специалистов;
- культура общения в библиотеке;
- дизайн библиотеки (внешний и внутренний);
- культура рабочих мест сотрудников;
- комфортность условий для пользователей;
- качество информационных ресурсов;
- реклама библиотеки;
- документация (её соответствие нормам современного делопроизводства);
- наличие собственного фирменного стиля;
- наличие традиций.

Имидж библиотеки состоит из внешнебиблиотечного и внутрибиблиотечного.

По внешнебиблиотечный имиджу библиотеку воспринимают ее посетители и общественность. Создание позитивного имиджа, формирование надежной репутации среди общественности стали основой современного библиотечного учреждения и его приоритетным направлением.

Библиотека, пользующаяся авторитетом у читателей, имеет больше шансов получить дополнительные субсидии от местных властей, спонсорскую помощь.

На формирование внешнего имиджа оказывают влияние:

- качество продукта и услуги;
- внешний и внутренний вид здания, его местоположение и благоустроенность прилегающей территории;
- комфортность библиотечной среды;
- связь со средствами массовой информации;
- реклама;
- уровень проведения мероприятий.

Имидж современной библиотеки формируется под влиянием предоставляемых продуктов и комплекса услуг, который она обеспечивает.

Библиотечные специалисты должны быть активны в предоставлении библиотечно-информационных услуг и продуктов, в наиболее полном удовлетворении запросов читателя-пользователя путём максимально точного соблюдения всех его требований и пожеланий.

Существует три блока требований, способствующих повышению качества услуг и имиджа библиотеки:

1. К предоставляемым библиотечно-информационным продуктам и выполняемым услугам - **оперативность, актуальность, полнота, достаточность, оптимальное использование возможных ресурсов и др.**

2. К технологии предоставления услуг - **удобство, доступность, комфорт, соответствующее программное обеспечение, дружественный интерфейс.**

3. К квалификации/компетенциям сотрудника, оказывающего услуги - **деловые и личностные качества, профессионализм, коммуникативные компетенции.**

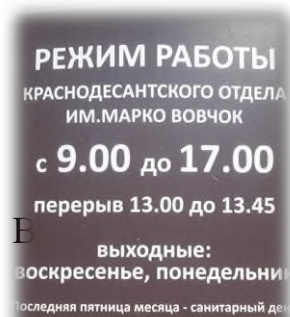
Сегодня библиотеки столкнулись с глобальной проблемой: как сохранить своего читателя и выжить в конкурентной среде, где гаджеты доступны ребенку уже с детского сада. В такой ситуации наши учреждения должны быть привлекательными и комфортными для посетителей.

Важными факторами, влияющими на формирование имиджа библиотеки, являются месторасположение, внешний вид здания и вид интерьеров. Большая часть библиотек нашего района не имеет специальных зданий, а размещается в непригодных зданиях и помещениях. Необходимо чтобы библиотека имела своё «лицо».

Важными элементами, воздействующими на формирование имиджа здания библиотеки, считаются состояние прилегающей территории, крыльцо и ступени, входная дверь, вывески и указатели, двери и окна, абонемент, читальный зал, оформление кафедр выдач, вид каталогов, внутренний двор.

Необходимо правильно оформить вывеску: именно по ней нередко формируется первичное представление о библиотеке.

Вывеска должна быть хорошо заметной, интересной, а в большинстве случаев вывески представляют собой обычную плоскую доску с наименованием библиотеки, которую в вечерние часы просто не видно.



В вестибюле напротив входа в одном месте на хорошо заметном информационном стенде должна быть собрана вся общая информация (правила пользования, перечень всех предоставляемых услуг, стандарты на оказание услуг, режим работы), чтобы читатель мог обратить на неё внимание.



Информационные стенды Покровского, Самбекского и Бессергеновского отделов

Сотрудничество со средствами массовой информации (СМИ) – важная составная часть рекламной и информационно-имиджевой политики библиотеки. Проводя работу со СМИ, библиотека определяет круг источников: газет, журналов, которые наиболее охотно сотрудничают с ней. В результате такого сотрудничества библиотеки повышают свой имидж, привлекают внимание общественности, спонсоров.

Большое внимание необходимо уделять материалам о возможностях библиотеки. Активно освещают в средствах массовой информации участие библиотеки в конкурсах различных уровней, выставок.



Библиотечная реклама – это свидетельство того, что библиотека ориентирована на человека. Рекламная деятельность как составная часть маркетинговой политики библиотеки способствует утверждению положительного имиджа, формирует общественное мнение путём реализации системы мероприятий и

связи учреждения и разных категорий населения, органов управления, власти. Работая с рекламой необходимо учитывать ряд общих требований. Реклама должна быть достоверной, останавливать взгляд и привлекать читателя, не быть навязчивой и не вызывать неприятных чувств.



Рекламные мероприятия должны быть плановыми и хорошо продуманными. Рекламирывать надо не книгу, фонд, услугу, процесс, а ту пользу, которую от них получит пользователь. При разработке рекламных объявлений нельзя использовать строгий и сухой язык.

Культурно-просветительная и интеллектуально-досуговая работа является важным средством связи библиотеки с пользователями, которая содействует привлечению новых читателей.



Чтобы привлечь и удержать в библиотеке современных читателей, необходимо внедрять новые формы проведения мероприятий. Для создания положительного имиджа библиотеки важен уровень проводимых мероприятий. Проводимые мероприятия должны быть содержательными, яркими, интересными, любопытными

привлекательными, ведь только так с их помощью возможно формировать положительный имидж библиотеки и привлекать новых пользователей.



Современная библиотека невозможна без таких понятий, как менеджмент, маркетинг, фандрайзинг, но мало знать эти понятия, надо овладеть технологиями их практического применения. Многие библиотечные специалисты считают, что



для создания имиджа библиотеки достаточно оснастить ее оргтехникой, компьютерами, сделать ремонт. Главное в работе – это информационное обслуживание, предоставление пользователям необходимой информации. И как раз владение маркетинговыми методами позволяет провести исследование деятельности своей библиотеки и ответить на вопросы: «Востребовано ли то, что вы делаете? Какие

виды услуг необходимы в вашей библиотеке? Как изменились информационные запросы современных пользователей библиотеки? Какие новые фонды необходимы в данной библиотеке? Чем привлекательна библиотека? Какие мероприятия наиболее интересны?».

Именно маркетинг стал инструментом, который помогает оценить собственные возможности, посмотреть на себя и работу с точки зрения пользователя и изменить свои стереотипы.

2. Внутрибиблиотечный имидж библиотеки.

Внутрибиблиотечный имидж определяет фирменный стиль, библиотечные специалисты, профессиональный рост сотрудников, служебный этикет, пользователи. Мало кто из работников библиотек серьёзно относится к мысли, что от их отношения к своей профессии и наличия у них должного самоуважения будет зависеть создание положительного имиджа библиотеки.

Внутрибиблиотечный имидж необходимо рассматривать как неразрывную составляющую имиджа внешнего. Сотрудники являются основными информаторами пользователей о внутренней атмосфере и реальной работе, поэтому негативный внутренний имидж быстро приведет к потере доверия у пользователей. Положительный внутренний имидж обеспечивает сплочённость коллектива, даёт уверенность в завтрашнем дне каждому работнику, стимулирует к более активной работе, повышению собственной квалификации.

Большую роль играет наличие у библиотеки фирменного стиля. Фирменный стиль – это совокупность графических, цветовых, пластических, акустических, видео приемов, которые обеспечивают единство всем мероприятиям, улучшают запоминаемость и восприятие её деятельности.

К основным компонентам фирменного стиля относятся:

– фирменные бланки и конверты, визитные карточки, бейджи, пригласительные и читательские билеты;

– сувенирная продукция: фирменные мини-блокноты, настольные блоки для записей, ручки, папки, пакеты, календари, открытки и т.п.;

– рекламная печатная продукция: проспекты, буклеты, и иные издания библиотеки, не имеющие рекламного характера: справочники «Кто есть кто в библиотеке», фотоальбомы, библиографические указатели;

– визуальные коммуникации в библиотеке: вывески, указатели, таблички;

– внешний вид и интерьеры здания: оформление помещений, информационных стендов, выставок и т.д.

С помощью такой рекламы можно сформировать у пользователей и населения устойчивый интерес к библиотеке, улучшить представление о её работе. Имидж библиотечных специалистов непосредственно связан с выполнением профессиональных обязанностей и складывается из внешнего облика, манеры поведения, умения общаться.



**МЕЖПОСЕЛЕНЧЕСКАЯ
ЦЕНТРАЛЬНАЯ
БИБЛИОТЕКА им. И. Бондаренко
НЕКЛИНОВСКОГО РАЙОНА РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Долгое время в средствах массовой информации, художественной литературе, киноискусстве формировался непривлекательный образ библиотекаря (тусклая внешность, волосы, собранные в пучок, тихая, а порой даже забытая женщина). Но прошло время, и появилась готовность к изменению восприятия библиотечной профессии.



В настоящее время для поднятия престижа профессии в обществе необходимо активное раскрытие сущности библиотечной профессии и роли библиотекаря среди широкого круга общественности. Об имидже библиотек будут судить по имиджу каждого сотрудника библиотеки. Сотрудникам библиотек не должно быть безразлично, как они выглядят со стороны, потому что через впечатление, производимое ими и их библиотеками на пользователей, лежит путь к определению статуса и роли данных библиотек. Таким образом, если библиотекари не рассматриваются как информационные работники, то они не могут брать на себя ответственность за обеспечение информационного обслуживания.

Библиотекари должны быть активны в предоставлении информационного сервиса, что будет влиять на их имидж.

Одна из главных задач по формированию имиджа библиотечной профессии – это создание приятного мнения о специалистах в данной области. Ни о каком имидже библиотекаря не может идти речь, если он не обладает профессиональными компетенциями. Умение работать на компьютере, свободное ориентирование в Интернете дают возможность узнавать о деятельности своих российских и зарубежных коллег, участвовать в проектах и конкурсах, обучаться дистанционно.



Петрова Л. В. , победитель районного конкурса «Библиотекарь 2020»

Создание позитивного имиджа, формирование надежной репутации среди широкой общественности – основа современного библиотечного учреждения. Главное в профессии библиотекаря – непосредственное общение с людьми, а принцип, положенный в основу этого общения, – постоянное внимание к их интересам, стремление наиболее полно удовлетворить читательские запросы. Этика общения предписывает библиотекарю, во-первых, слышать не себя, а собеседника, во-вторых, демонстрировать готовность понять и выполнить просьбу читателя, в-третьих, сохранять спокойный, доброжелательный тон.

Высокий уровень культуры общения, уютная и комфортная атмосфера в библиотеках, получение необходимой информации – всё это способствует укреплению имиджа.

В распоряжении библиотек есть следующие онлайн-услуги:

- **использование современных веб-технологий и сервисов в обслуживании пользователей** – это позволяет создать комфортные условия получения услуг и предпочтений пользователей, повысить имидж библиотеки, увеличить число пользователей;
- **расширение спектра предоставляемых услуг и категорий пользователей** – это позволяет увеличить число пользователей;
- **предоставление дополнительных библиотечно-информационных, справочно-библиографических и иных услуг** – это способствует привлечению в библиотеку читателей.

Необходимо помнить, что имидж плохо поддаётся планированию и прогнозированию. Стремление библиотекарей резко улучшить имидж своих учреждений не является достаточно обоснованным решением:

- а) имидж не может быть положительным для всех групп населения;
- б) немалая часть существующих в обществе представлений не зависит от деятельности реальных библиотек;
- в) излишне активное позиционирование одних сторон деятельности в ущерб другим может нанести урон целостному восприятию образа библиотеки.

Уровень комфортности библиотечного обслуживания зависит от дружелюбия, внимательного и уважительного отношения к читателю и его интересам.

3. Секреты эффективной планировки.

Важную роль в организации библиотечного пространства играет зонирование.

В фойе библиотеки можно украсить информационными стендами, которые рассказывают об истории библиотеки, жизни краеведческих писателей, государственных символах и др.

Если площадь библиотеки небольшая, событийную площадку как наиболее активную и шумную зону удобно размещать вблизи входа и кафедры обслуживания информации. В таком случае зоны работы и чтения окажутся в более удаленных и тихих частях пространства, посетителям не будут мешать мероприятия. Для разграничения зон можно использовать книжные стеллажи, в том числе с выставочными модулями.

В оформлении библиотечного пространства не маловажную роль играют выставки, стенды, плакаты. Они должны быть актуальными, яркими, привлекать внимание, вызывать интерес и отвечать требованиям целевой аудитории.

Выставочные зоны

В



Уголки писателей (Марко Вовчок, Вениамина Саранских, Евгения Остапова) в именных библиотеках

Фотозоны.

Устройство фотозон стало отдельным направлением работы библиотекаря. Каждое фотопредставление должно быть уникальным и содержательным. Вы можете сделать фотозону своими руками. Конечно, главное – это фон. Он может вторить в унисон общему стилю оформления мероприятия, а может быть и автономным местечком. Чем более интересные и нестандартные снимки вы хотите получить, тем оригинальнее должно быть оформление фотозоны. Модный тренд –



использование картинных рам: в них могут сфотографироваться сразу несколько гостей, и снимки получатся необычайно веселыми! Прекрасно подойдут простые обои, газеты или яркая драпировка. Поищите антураж в виде старинных книг и чемоданов – они превосходно впишутся в библиотечную концепцию.

Если разместить в зоне стеллаж с тематическими нарядами и аксессуарами, тогда гости получают возможность примерить на себя яркие образы .



Сегодня библиотечное пространство - это еще и виртуальное пространство библиотеки. И подтверждение этому многочисленные сообщества, библиотечные блоги, сайты и странички в социальных сетях. Если официальный сайт – это лицо библиотеки, то блог смело можно считать ее сердцем. Ведь это уникальная площадка для выражения креативных мыслей библиотекаря и бесконечный простор для творчества. (пример ведения странички в соц. сти «Одноклассники» <https://ok.ru/group53504498532534>).

Жизнь меняется. И библиотекарям необходимо меняться, чтобы разговаривать со своими пользователями на одном языке.

