

Управління, культури, туризму і курортів  
Хмельницької облдержадміністрації

Хмельницька обласна універсальна наукова  
бібліотека імені Миколи Островського

# Імідж сучасної бібліотеки

*(методично-практичні рекомендації)*

Хмельницький  
2011

ББК 78.32

I – 52

**Імідж сучасної бібліотеки:** метод.-практ. реком. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ ім. М.Островського. – Хмельницький, 2011. – 25 с.

В наш час дизайну бібліотек приділяється все більше значення. І хоча не завжди бібліотеки можуть дозволити собі великі матеріальні витрати на купівлю обладнання, кожна намагається художньо оформити свій простір, створити свій неповторний стиль.

Видання **«Імідж сучасної бібліотеки»** містить методично-практичні рекомендації щодо створення іміджу в сучасній бібліотеці, його формування та просування, без якого на сьогодні неможливо вирішити кардинальні проблеми розвитку бібліотечної справи.

Затверджено протоколом № 14 Науково-редакційної ради від 17.12.2011 р.

Укладач: *Шейчук В.В.*

Рецензент: *Маковська В.В.*

Відповідальна за випуск: *Синиця Н.М.*

## Імідж бібліотеки, як фактор її розвитку

---

**Бібліотека** – інформаційний, культурний, освітній заклад, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів. Саме тому питання естетичної організації бібліотечного середовища, оформлення інтер'єру, пошуку фірмового стилю є пріоритетним напрямом діяльності бібліотек.

Поява нового терміну «Імідж», що нині є дуже модним, не могла обійти й бібліотечну діяльність. Імідж – це загальне уявлення про бібліотеку і залежить воно від щоденної праці та формується впродовж багатьох років.

Сьогодні вже не стоїть питання «Чи потрібен імідж бібліотеці?». Бібліотека виробляє свій індивідуальний образ, в основі якого лежать такі цінності як інформація, культура, мистецтво, освіта тощо. Найбільш актуальним для бібліотеки стає завдання – створити позитивний імідж та зламати стереотипи зневажливого ставлення до бібліотечної професії як рутинної та неперспективної. Цьому сприяє багато аспектів, але ми зупинимось на основних. Сучасне становище бібліотек в інформаційному середовищі примушує їх активізувати свої зусилля для того, щоб довести свою значимість, необхідність, постійно підвищувати свій престиж. Престиж та імідж бібліотеки, в першу чергу залежить від рівня та комфортності бібліотечно-інформаційного обслуговування.

Під поняттям «комфортність» мається на увазі:

1. максимум зручностей;
2. технічна оснащеність;
3. освітлення;
4. художнє оформлення інтер'єру;
5. розклад роботи;
6. високий рівень інформаційно-бібліотечних послуг;

7. атмосфера доброзичливості, тощо.

Всі ці «дрібниці» і створюють позитивний образ бібліотеки. Це – невід’ємні складові культури обслуговування, істотним компонентом якої є культура спілкування бібліотечного працівника з читачем.

Одним з найважливіших факторів бібліотечного обслуговування є повнота, своєчасність і безвідмовність в задоволенні потреб користувачів. Про якість роботи бібліотеки свідчить і різноманітність послуг, що пропонується бібліотекою.

В наш час відбувається трансформація бібліотек в культурно-інформаційні центри, де в практику роботи впроваджуються різні напрямки реклами та «паблік рілейшнз». Умовно їх можна поділити на три етапи.

**ПЕРШИЙ ЕТАП** – розробка іміджу бібліотеки (інформаційні стенди, беджі, створення фірмового стилю тощо). Мати позитивний імідж означає – бути першим, бути найкращим, бути не таким, як інші.

Однією із важливих складових сучасної моделі публічної бібліотеки є її доступне розміщення. Що означає доступність бібліотеки? Зручне місцезнаходження, форма роботи бібліотеки (або вона працює стаціонарно, або як бібліотечний пункт в окремий час). Також це санітарно-гігієнічні норми (наявність опалення, електроенергії, туалету). Не менш важливим є її інтер’єр, додаткові іміджеві послуги (реклама бібліотеки, облаштована територія навколо бібліотеки, місця дитячих ігор та ін.).

При вході до бібліотеки повинна бути вивіска державного зразка, яка свідчитиме про наявність бібліотеки, біля якої має розміститись розпорядок роботи. Бажано, щоб режим роботи був зручним для мешканців села, і не збігався із робочим часом більшості населення.




Працівникам бібліотек потрібно докладати максимум зусиль, для того, щоб бібліотека мала сучасний, естетичний вигляд (зовнішнє та внутрішнє оформлення).

Зовнішній вигляд відіграє чималу роль бібліотеки у суспільному житті. Тому, що саме із зовнішнього вигляду починається формування асоціативного зв'язку між поняттями: «читання» – «задоволення».

Бібліотека повинна мати привабливу прилеглу територію до неї, яка може бути висаджена алеєю гарних дерев та квітів, які будуть милувати око працівників, користувачів бібліотеки, або просто перехожих людей від ранньої весни до пізньої осені та нададуть бібліотеці неповторного вигляду.

На сприяння позитивного іміджу впливає наявність освітлення, опалення, а також наявність сучасних меблів. Виходячи з цього у бібліотеці потрібно постійно проводити поточний ремонт або капітальний.

Своєрідне враження від оформлення бібліотеки буде справляти колір або сукупність кольорів. Тому, що колірне оформлення приміщення впливає на настрій людини, зокрема, це світлі тона такі, як:

-  блакитний,
-  зелений,
-  креманий.

За допомогою правильного добору кольорів в інтер'єрі бібліотек можна домогтися того, що їхнє поєднання у бібліотечному просторі буде створювати відчуття задоволення, гарного настрою, бажання залишитися тут якнайдовше та відвідати бібліотеку ще раз.

Немале враження на читача, який переступив поріг бібліотеки справляє і її вестибюль. Оскільки через нього проходять усі відвідувачі, повинна бути наявна інформація, яка розрахована на масові потреби і розташовуватися в зоні читачького попиту. Варто розмістити інформацію, яка буде актуальною для кожного (перелік платних послуг, анонс заходів, інформацію про кращих читачів бібліотеки та ще багато ін.).

ДРУГИЙ ЕТАП – проведення рекламних кампаній та реклама окремих видів послуг або напрямків роботи. Серед

них найактивніше використовуються джерела масової інформації.

ТРЕТІЙ ЕТАП – «Паблік рілейшнз» бібліотеки (зв'язки з громадськістю, лобювання тощо).

Основним засобом створення та підтримання іміджу є фірмовий стиль, який складається з декількох компонентів, серед яких основне місце належить фірмовому знаку або емблемі бібліотеки, логотипу, слогану, який повинен бути коротким, динамічним та легко запам'ятовуватись.

Бібліотека не досягне бажаного результату, якщо не зуміє створити свій фірмовий стиль, що прикрашатиме друковану та сувенірну продукцію, що створена в бібліотеці.

Фірмовий знак бібліотеки (логотип, екслібрис) доцільно розмістити на візитівках, листівках, конвертах, буклетах, проспектах тощо. Добре, якщо фірмовий знак прикрашатиме читацький квиток, формуляр, роздільних фонду у відкритому доступі, закладки для книг.

На відвідувачів бібліотеки справляє велике враження різноманітність і оригінальність форм роботи: виставки, акції, лекції, презентації, музичні вечори тощо. Уся діяльність бібліотеки підпорядкована одній меті – створенню ефективного дієвого позитивного іміджу. Практика роботи показує, що прийшовши один раз – читач залишається з нами назавжди. Яскравим свідомством цього може бути «Книга відгуків», яка міститиме позитивні записи користувачів.

Інформаційну зону бібліотеки можна створити розмістивши в ній:

- світлини працівників, під назвою: **«Ми працюємо в бібліотеці»**, **«Будемо знайомі»** або **«Так ми працюємо»**. *Під такою назвою Чемеровецька центральна районна бібліотека розмістила стенд, де розміщуються фотографії масових заходів;*

- естетики та інформативності додасть розміщення картин місцевих художників, портретів письменників чи малюнків читачів бібліотеки.

*У коридорі Бронівської сільської бібліотеки-музею Волочиського району розміщено галерею портретів українських письменників з короткими біографічними довідками.*

*Летичівська центральна районна бібліотека у фойє розмістила серію стендів під назвою «Відроджуємо рідне, батьківське». На них ілюстрації про ряд свят народного календаря, історія виникнення та дійства під час їхнього святкування. Також можна дізнатися про те, як проходили в українців вечорниці, весілля та ін., доречним є розміщення календаря релігійних свят українців;*

- буде корисною інформація про періодичні видання, які отримує дана бібліотека, про клуби (об'єднання), які діють при бібліотеці.

При оформленні стендової експозиції, доречним буде наперед підібрати тему та матеріал. Як правило, стенд роблять у вигляді квадрату чи прямокутника. Текстова інформація може доповнюватися короткими підзаголовками, а матеріал має сприйматися візуально. Тому на стенді інформацію бажано представляти у вигляді діаграм, фотографій, графіків, креслень.

В оформленні вестибюлю також потрібно відобразити особливості свого регіону, показати місцеві промисли, особливості сільського господарства, промисловості, основні промислові, навчальні, туристичні об'єкти.

*У Михайлюцькій сільській бібліотеці Шепетівського району на другому поверсі читач може познайомитися з роботою місцевого фотохудожника.*

Оформивши таким чином інформаційну зону, ви зробите бібліотеку **«ВИДИМОЮ»** для читачів, розказати про себе та про послуги, які нею надаються.

У вестибюлі замість загрозованих або повчальних попереджень («У верхньому одязі не заходити», «Сумки залишайте у гардеробі») можна розмістити умовні малюнки, або знаки, які будуть допомагати орієнтуватися у бібліотеці та її відділах.

*Працівники Хмельницької центральної міської бібліотеки для зручності читачів у вестибюлі бібліотеки встановили*

*вказівники, де розташований читальний зал, де абонемент. А також стрілочками вказано про місце розташування ксерокопіювальної техніки.*

Повідомлення про санітарний день, про масові заходи, слід розмістити у видному місці, або добре освітленому, перед цим вчасно знявши застарілу інформацію.

Важливо, щоб кількість світла була достатньою, що також впливає на позитивний імідж бібліотеки. Заощаджувати на освітлені приміщення вестибюлів, холів не слід. Тому, що напівтемна бібліотека справляє досить таки непрємне враження на відвідувачів і виступає в ролі своєрідної антиреклами.

Холи та вестибюлі зі звичайної інформаційної зони можна перетворити на зону відпочинку. Доцільно буде поставити зручні крісла або по можливості диван та невеличкий журнальний столик, де читач сидячи в комфортному кріслі (дивані) може відпочити, щось почитати або просто з кимось поспілкуватися.

У багатьох може виникнути питання – **«Як же бути тим, де вестибюлі відсутні?»**. А таких приміщень в області значна кількість. Можна сказати лише про удосконалення використання наявного простору відділів обслуговування, при чому змінивши стереотип розстановки бібліотечного фонду, поліпшивши освітлення та організувати **«зону відпочинку»** або інше.

Якщо стелажі із книгами розставити півколом, або у формі широкого порожнього напівциліндру, то за допомогою цієї розстановки, простір значно розшириться та стане доступнішим. А всередині **«циліндру»** можна організувати місце відпочинку та перегляду періодичних видань.

Якщо є необхідність збільшити простір абонементу та доступ до книг зробити більш комфортним, можна таким чином: стелажі розмістити **«зірочками»** (тобто, по, три, торцями один до одного). Окрім того, що відбудеться економія простору, читач зможе наодинці залишитися із книгою. Ще однією перевагою такої розстановки стелажів



буде те, що читачі зможуть рівномірно влаштуватися у **«зірочках»** за своїми інтересами, а саме, що головне – не заважатимуть один одному.

*Досвід такої розстановки має Старокостянтинівська центральна районна бібліотека.*

*Нестандартна розстановка стелажів – по периметру приміщення є у Олексіївській сільській бібліотеці-музеї Старосинявської ЦБС. Дана розстановка стелажів дозволяє залишити середину приміщення вільною, створивши ілюзію простору, відчуття відкритості бібліотечного простору.*

*Організація відкритого доступу Красилівської ЦРБ – просторове розміщення та розстановка стелажів. Вони розставлені таким чином, що працівник бібліотеки бачить між ними проходи. Користувачам надається змога познайомитися із фондом безпосередньо на книжкових полицях, що є перевагою в організації відкритого доступу.*

*Вражає оригінальність розміщення книжкового фонду відкритого доступу районної бібліотеки міста Полоного, яка досягнута завдяки конусоподібному розміщенню передніх стелажів.*

Доцільним буде розкрити фонд бібліотеки за допомогою тематичних полиць, анотацій до певних книг, зокрема, до нових, або ж до забутих. Назви тематичних полиць повинні бути нестандартними, привабливими:

**«Вам цього не вистачає»,**

**«Прочитайте, ознайомтесь – і проблем стане менше»** та ін.

У кожній бібліотеці повинні бути організовані постійнодіючі книжкові виставки нових надходжень, а також – тематичні. Тематичні виставки бажано розміщувати на постійному місці, так щоб у читачів формувалась відповідна установка на так би мовити **«свої»** виставки. Тому потрібно відмовитись від стереотипу організації виставок з один і тим самим заголовком та заміною незначної частини видань. Через те, що читач такі виставки просто не помічає, а сприймає їх як частину інтер'єру.

Доречно буде розмістити столик з одним або двома стільцями (кріслами) в кінці стелажів відкритого доступу. Все це для того щоб читач мав змогу присісти та погортати взятим книжки.

Актуальним буде розмістити на окремому стелажі художню літературу та літературу детективного жанру для того, щоб читачі могли самі вибирати книжки, які їм до вподоби. Та на окремому стелажі виділити періодичні видання, які надходять до бібліотеки.

*Хмельницька центральна районна бібліотека фонд періодичних видань виділила на окремому стелажі під назвою «Подорожуючи сторінками періодичних видань» («Наталі», «Караван», «Полина» та ін.).*

На вибір місця для організації виставки впливають розміри приміщення, рівень освітлення, а також ступінь «насиченості» внутрішньобібліотечного простору стелажимами з книжками та робочими столами. За досвідом фахівців вважається, що сприятливо сприймається виставка, що розміщена у вигляді «острова», який візуально відокремлює її від інших, фокусує на ній увагу. До неї має бути зручний доступ. Будуть недоцільними заголовки виставок і рубрик витягнуті в довгі рядки, що важко сприймаються.

Окреме місце в оформленні бібліотечного простору можна відвести творчості письменника, чиє ім'я носить бібліотека, історичній постаті, події свого краю, його інший характер особливостей.

Можна без сумніву сказати, що фонд відкритого доступу – це експерт-читальня, яка призначена для перегляду і відбору літератури у відмінності від поглибленого читання у читальному залі.

Більшій привабливості, затишку та комфортності читального залу надасть зона відпочинку (якщо це можливо, то можна розмістити куточок із м'якими меблями). Тут же можна використати столи різні за розміром. Для тих, хто любить індивідуальну роботу з книжкою – одномісні. Їх бажано розставити не суцільними рядами, а наприклад, в

шаховому порядку. За допомогою такої розстановки вдасться зняти візуальну монотонність і створити відчуття комфорту.

Кілька більших столів можна поєднати – один в два. Чому так? Тому, що таке розміщення буде доцільним коли користувачі працюють з одним (єдиним) примірником, а також при перегляді підшивок періодики.

*У читальному залі Славутської міської бібліотеки для дорослих столи стоять по середині, розміщення, яких досить таки нетрадиційне. Столи розміщені по колу, в центрі якого розмістився маленький столик із квітами.*

Забезпечити автономними джерелами освітлення (настільні лампи) бажано забезпечити в читальних залах, де читачі протягом тривалого часу працюють із книгами.

*Працівники Старокостянтинівської районної бібліотеки для того щоб користувачам, які надовго залишаються у читальному залі, краще працювалося, встановили настільні лампи, забезпечивши їм кращі умови праці.*

Сприятимуть зацікавленості користувачів елементи інтер'єру, наповнені фактографічними матеріалами регіонального, історико-краєзнавчого, етнокультурного змісту.

*Різноманітні речові джерела, пам'ятки матеріальної культури, духовна атрибутика, предмети декоративно-ужиткового мистецтва (лялька-мотанка, гончарні вироби та ін.), продукція промислових виробів та ще ін. – все це є логічним доповненням до літератури представлені на книжкових виставках, які організовуються працівниками районної бібліотеки Полонного.*

Безпосередньо на формування позитивного іміджу бібліотеки впливають виробничі контакти з місцевою владою, громадськими організаціями. В центрах (куточках) регіональної інформації користувачі повинні мати змогу ознайомитися з виданнями правового змісту: нормативно-правовими документами (законами, кодексами, постановами, рішеннями тощо), довідковою науково-популярною літературою та періодичними матеріалами. По можливості

надавати доступ до електронних інформаційних ресурсів із зазначеної тематики.

*Основна інформація для користувачів Михайлюцької СБ (Шепетівського р-ну) зосереджена в інформаційному куточку під назвою «Бібліотека і влада – грані співпраці» за такими розділами: «Діяльність виконкому сільської ради: прозорість рішень», «Поговоримо про власність на землю», «Пенсійне забезпечення громадян України» та ін.*

*Центр регіональної інформації Кам'янець-Подільської центральної районної бібліотеки зберігає та надає в користування документи з різних питань діяльності місцевої влади. Сформовано папки: «Влада в режимі законності», «Постанови і рішення», «Соціальний захист», «Державна служба», «Екологічний стан регіону» та багато ін.*

Доречним та актуальним в наш час буде в бібліотеці і центр (куточок) європейської інформації, який також сприятиме підвищенню іміджу бібліотеки, надасть користувачам широкий доступ до інформаційних ресурсів з питань європейської інтеграції.

*У Віньковецькій центральній районній бібліотеці є досвід роботи в цьому напрямку. При центрі регіональної інформації діє «консультативний пункт європейської інформації» за допомогою якого користувачі мають змогу ознайомитися із різноманітними матеріалами, виданнями, які стосуються європейської інтеграції України, дізнатися про взаємозв'язки України і НАТО, матеріалами про організацію та діяльність НАТО, ЄС.*

*Функціонує куточок пункту європейської інформації і в Старокостянтинівській центральній районній бібліотеці, який має назву «На шляху до Європейського союзу». Читачі дізнаються про різні сфери життя ЄС та євроінтеграції.*

**Краєзнавча бібліотечна діяльність** – одна з унікальних сфер діяльності, яка відрізняє місцеві публічні бібліотеки від інших бібліотек, надає їм місцевого колориту, регіональної специфіки.

Для того, щоб полюбити свій рідний край, потрібно його добре знати. К.Ушинський (*російський педагог українського походження, один із засновників педагогічної науки в Росії*) писав, що знання про рідний край так само необхідні для духовного розвитку дитини, як уміння читати і писати, але щоб мати змогу знайомитись з рідним краєм, потрібно мати під рукою необхідні матеріали. Тому бібліотека має працювати над створенням банку інформації з краєзнавства (документальна та художня література, тематичні папки, добірки, краєзнавча картотека, рекомендаційні списки літератури та ін.).

Здійснювати пошук краєзнавчої інформації потрібно за наступними напрямками: літературне краєзнавство, видатні люди краю та ін. І на основі цих матеріалів у бібліотеці потрібно оформити краєзнавчий куточок. Де функціонуватиме постійнодіюча книжкова або книжково-ілюстративна виставка.

*Центральна районна бібліотека м. Старокостянтинова для популяризації краєзнавчої літератури використала один із вестибюлів бібліотеки, де розмістили серію стендів під назвою «Старокостянтинівщина в просторі й часі», «Історичні події та постаті», «Відомі постаті краю» та ін., які висвітлюють історичний шлях краю, його природу, знайомлять з видатними посталями Старокостянтинівщини.*

*У Красноставській сільській бібліотеці, Чемеровецького району також оформлено краєзнавчий куточок «І милує око рук людських краса». Матеріали згруповані за темами: «Літопис села Красноставці», «Зелений туризм с. Красноставці» та ін. Доповненням до краєзнавчого куточка є краєзнавча картотека, папки з краєзнавчими матеріалами, предмети ужиткового побуту, вишивки, картини та старовинні речі, які використано для оформлення куточка.*

Наявність комп'ютерної техніки у бібліотеці значно підвищить імідж бібліотеки. Тобто, обладнане робоче місце, яке включатиме: комп'ютер, сканер, принтер чудово гармо-

нуватиме поряд із книжковими багатствами, та надасть більш привабливого вигляду. Для тих хто не вмiє працювати на комп'ютері, доцiльним буде організувати книжкову виставку або тематичну поличку, де розміститься література, яка знайомитиме користувачів із комп'ютерною технікою та безмежним простором Всесвітньої мережі Інтернет.

*Створення у Городоцькій ЦРБ Інтернет-центру значно розширило спектр послуг, а у проведенні масових заходів незамінною стала мультимедійна техніка.*

Важливим елементом в оформленні бібліотечного простору є і фітодизайн. Квіти, композиції з них, гармонійно поєднуючись з елементами оформлення, кольоровою гамою, будуть легко сприймані будь-яким користувачем.

Живі квіти, вазони, значно впливають на мікроклімат приміщення, можна навіть сказати, що вони очищують його від пилу та насичують його киснем.

Реклама в бібліотеці залежить від багатьох факторів: ініціативності, винахідливості, творчого підходу людей, які тут працюють. В деяких бібліотеках створюють «скриньку рекламних ідей». Великі можливості для реклами відіграє співпраця з джерелами масової інформації.

Іміджу бібліотеки додасть привабливості і реклама її послуг, як в бібліотеці (стенди, оголошення, інформаційні листи, сайт бібліотеки), так і в засобах масової інформації (радіо, телебачення, преса). Для реклами необхідно вибрати яскраві сторінки діяльності бібліотеки, які розкривають її багаторічну діяльність, загальний образ, який не стоїть на місці, а постійно змінюється. Реклама книги тісно пов'язана з формуванням позитивного образу бібліотеки та бібліотечної професії.

Сьогодні навіть сільська бібліотека, що має доступ до Інтернету, стає частиною безмежного інформаційного простору. Отримавши таку можливість кожна бібліотека може заявити про себе, і що найголовніше, повинна реалізувати свої функції у віртуальному світі.

Це сприятиме формуванню нового, найбільш широкого іміджу бібліотеки. Найпростішим елементом змін на краще у цій роботі стає створення бібліотечного блогу.

## Бібліотечний блог

---

**Блог** – це веб-сайт, на сторінках якого в хронологічному порядку один за одним розміщуються публікації (пости). Простішими словами блог – це електронний щоденник, розміщений в Інтернеті.

На головній (першій) сторінці блога доступні для ознайомлення лише останні публікації, причому найновіша публікація займає верхню частину даної сторінки, а інші розміщуються на наступних.

Кожна публікація має містити: заголовок, тобто тему, дату опублікування та посилання на коментарі.

Існують безкоштовні системи ведення блогів, у яких будь-хто може зареєструватися, створити та вести свій блог. Створення та додавання нових публікацій, перегляд і допис коментарів у таких системах здійснюються за допомогою браузера та не потребують додаткового програмного забезпечення на комп'ютері користувача.

*Досвід ведення блогів є у працівників Шепетівської центральної районної бібліотеки ім. М. Коцюбинського на веб-сайті, якого розміщено рубрику «Бібліотечний блог». Де вміщено інформацію про відкриття (кімнати-музею В.Д. Федорчука, відкриття центру вільного доступу до Інтернету), про заходи, які відбуваються у бібліотеці, про свята та інші пости. Текст блогу доповнюють як фотографії так і відео сюжети.*

Створення «сторінки» в Інтернеті незмірно підвищує престиж бібліотеки – адже інформація про бібліотеку попадає у всесвітню мережу. Розширюється число її реальних і потенційних користувачів.

Бібліотечний Інтернет-ресурс представляє і рекламує всі аспекти бібліотечної діяльності та різноманіття її інформаційних ресурсів.

Особливої уваги потребує також питання реклами самого Інтернет-ресурсу. Мало створити блог та сайт, про нього необхідно сповістити. Перший етап реклами включає реєстрацію в мережі, обмін посиланнями з іншими ресурсами, особливо спорідненої тематики. Реклама поза мережею починається з усного інформування. Використовуються різноманітні заходи, зустрічі, виставки, презентації.

## Співпраця із засобами масової інформації – шляхи підвищення іміджу

---

Розуміючи усю важливість преси, радіо, телебачення у житті людини, радимо налагоджувати зв'язки із регіональними ЗМІ. Успіх, здебільшого, залежить від творчої активності, ініціативності з боку бібліотекарів.

Організуючи масовий захід, працівники бібліотек обов'язково повинні запрошувати журналістів теле-радіокомпаній, працівників місцевих газет та готувати бібліорепортажі, прес-релізи, рекламно-інформаційні матеріали про всі ті події, акції, які відбуваються у бібліотеці, або у яких бібліотека бере участь.

При написанні прес-реліза потрібно пам'ятати, що:

- ✚ прес-реліз має бути точним – *достовірні факти, імена, адреса і без граматичних помилок;*
- ✚ всі основні факти пишуться у першому абзаці.

Перша фраза являється найважливішою. Речення та абзаци мають бути короткими. Додержуйтеся фактів. Не бійтеся залучати пряму мову, коли цитуватимете ствердження конкретних осіб. Не забувайте вказувати авторство цитат.

Зверху першої сторінки напишіть заголовок **«Прес-реліз»** і найменування вашої організації, адресу. Під прес-



релізом розмістіть ім'я та номер телефону вашого і того, хто зможе відповісти на запитання замість вас. Перед тим напишіть **«Для отримання додаткової інформації»**. У верхньому лівому кутку вкажіть дату і конкретний час, коли відбувся чи відбудеться захід.

Відомо, що жителі міст, сіл багато інформації отримують із періодичних видань. Тому мабуть ефективним буде на сторінках журналів і газет створити рубрику, наприклад: «Знайомтесь: нові книги», «Бібліотека інформує», «Літературні твори на сторінках преси» та ін., яка знайомитиме читачів із новим надходженнями до бібліотеки.

А ще працівникам бібліотек бажано розповідати на сторінках періодичних видань про історію своєї бібліотеки, про книжкові виставки, які ними організуються до ювілейних дат та пам'ятних подій.

Якщо при бібліотеці діє хоча б один клуб (об'єднання) за інтересами, то обов'язково потрібно ділитися досвідом його роботи.

## Висновок

---

Формуючи імідж бібліотеки, необхідно поважати право людини на вільний доступ до інформації, сповіщати її про всі зміни в діяльності бібліотеки, показуючи, що вони направлені на підвищення якості та комфортності обслуговування.

Імідж бібліотеки, образно кажучи, **«її обличчя»** відбивається в дзеркалі громадської думки і професійного бібліотечного середовища. Образ, створений бібліотекою, з одного боку – сприяє просуванню інформаційних ресурсів і послуг, з іншого – стимулює її подальший розвиток.

Специфічність іміджу є в тому, що він існує незалежно від зусиль самої бібліотеки (він є, навіть якщо і не розробляється спеціально, питання лише – який) і, отже, потребує постійної оцінки і корекції.

Імідж формується по-різному для окремих груп громадськості, оскільки бажана поведінка цих груп відносно бібліотеки може різнитися. Інакше кажучи, одна і та ж бібліотека може по-різному сприйматися користувачами, спонсорами, органами державної влади, місцевою та бібліотечною громадськістю.

Наприклад, для **користувачів** важлива інформаційна цінність фондів. Для **місцевої громади** – соціальна корисність і креативність ідей. Для **колег** – цікавий досвід роботи. Крім того, існує уявлення самого персоналу про свою бібліотеку. Таким чином, можна відзначити, що бібліотека має декілька іміджів, для кожної групи громадськості – свій.

Специфічність іміджу є в тому, що він існує незалежно від зусиль самої бібліотеки (він є, навіть якщо і не розробляється спеціально, питання лише – який) отже, потребує постійної оцінки і корекції.

Спробувати зробити собі ім'я, відмінне від інших, вирізнитися, запам'ятати, привернути увагу – ось основні напрямки, за якими слід йти до успіху. Імідж кожної бібліотеки створюється її кадрами, головними якостями яких повинні бути не тільки професіоналізм та інтелект, але і креативність, красномовство, працездатність, винахідливість, невпинний пошук нових ідей тощо. Адже імідж бібліотекаря – це вміння імпонувати читачеві, повноцінно та якісно задовольняти його запити.

## Термінологічний словник

---

**Блог** – це веб-сайт, головний зміст якого – записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості.

**Веб-сайт** – інформаційний ресурс у вигляді набору тематично пов'язаних між собою веб-сторінок, створених конкретною особою або організацією.

**Веб-сторінка** – документ в електронному вигляді, що складається за правилами мови розмітки гіпертексту і містить текст, програми та зв'язки.

**Емблема** – умовне, символічне зображення якого-небудь поняття, ідеї.

**Імідж** – це загальне уявлення про бібліотеку, розробка свого стилю, створення позитивного образу, який буде відрізняти бібліотеку від інших та дозволить легко впізнавати її.

**Інтерв'ю** – призначена для опублікування в пресі, передачі по радіо, телебаченню розмова журналіста з політичним, громадським або яким-небудь іншим діячем. Газетна стаття або передача по радіо, телебаченню, що містить виклад такої розмови.

**Комфортність** – умови, обставини, що сприятливо впливають на самопочуття, діяльність кого-небудь: гарне самопочуття, настрої, що створюється такими умовами, обставинами. Сукупність зручностей, що створюють комфорт, сприятливі, побутові, життєві умови.

**Логотип** – фірмовий шрифтовий надпис. Всі елементи фірмового стилю можуть увійти до фірмового блоку, який включає фірмовий знак, повну назву, поштові банківські реквізити бібліотеки. Його використовують на офіційній документації.

**Прес-реліз** – короткий виклад подій для журналістів і того, що повинно бути відображено журналістами, або заява для преси. Прес-релізи можна готувати і передавати журналістам про ті події, про які треба оперативно повідомити громадськість.

**Реклама** – це, з одного боку, спосіб доведення інформації, про бібліотечну продукцію та послуги до потенційних користувачів, а з другого – засіб стимулювання продажу, збуту, надання послуг.

**Репортаж** – інформація, повідомлення, розповідь про поточні події. Жанр газетно-журнальної публіцистики.

**Фірмовий знак (ФЗ)** або **емблема** бібліотеки розробляється для того, щоб завдяки йому бібліотеку можна було відрізнити від інших. Використовується у вигляді графічних образів.

## Зміст

Імідж бібліотеки, як фактор її розвитку .....	3
Бібліотечний блог .....	15
Співпраця із засобами масової інформації – шляхи підвищення іміджу .....	16
Висновок .....	17
Термінологічний словник .....	18

---



*Для нотаток*

*Для нотаток*

*Для нотаток*



*Методичне видання*

## **Імідж сучасної бібліотеки**

*Методично-практичні рекомендації*

Відповідальна за випуск:

*Синиця Н.М.*

Укладач:

*Шейчук В.В.*

Рецензент:

*Маковська В.В.*

Комп'ютерне опрацювання:

*Дорош В.Ю.*

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі  
Хмельницької ОУНБ ім. М. Островського

---