

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ДЕТСКОЙ БИБЛИОТЕКИ

Нестерова Кристина Руслановна

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.

Державина»

e-mail: nesterovakristina2020@gmail.com

В условиях цифровой трансформации общества фирменный стиль детской библиотеки становится ключевым инструментом формирования ее имиджа и привлечения детской аудитории. Традиционные формы продвижения начинают устаревать, привычный дизайн перестает привлекать читателя, по сравнению с новыми гаджетами, онлайн-платформами и их возможностями. В таких условиях фирменный стиль становится не просто эстетическим атрибутом, а стратегическим элементом для привлечения детской аудитории. Современный и грамотный подход к фирменному стилю поможет библиотеке выделиться среди других учреждений культуры, завлечь читателя и удержать его внимание.

Фирменный стиль представляет собой набор цветовых, графических, словесных, топографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг). Для детской библиотеки фирменный стиль является важным элементом для привлечения читателей, так как целевая аудитория – это дети и подростки. Как отмечает Гнусарева Е. С., ключевым условием успеха является глубокое изучение целевой аудитории: для разработки фирменного стиля библиотеки сначала нужно внимательно изучить целевую аудиторию учреждения. Данный фактор очень значим для детских библиотек, так как дети лучше воспринимают визуальные образы, которые вызывают у них яркие эмоции. Это способствует завлечением читателя, удержанием его внимания и привлечением к библиотеке[2].

Актуальность вопроса в эпоху цифровизации подчёркивает и П.С.Праласова, отмечая, что создание фирменного стиля библиотек становится всё актуальнее и требует новых подходов. Она рассматривает фирменный стиль как ключевой элемент бренда, развитие которого помогает библиотекам адаптироваться к современным изменениям и закрепить свою уникальность и неповторимость среди остальных учреждений культуры [7]. В ее более поздней работе она выстраивает алгоритм создания фирменного стиля современной библиотеки с учетом всех особенностей аудитории. П.С.Праласова утверждает, что фирменный стиль – это залог выстраивания уникального имиджа и привлечения читателей [8].

К.А.Казакова и Э.В.Лауринайтис в своей работе делятся опытом применения PR-технологий для формирования фирменного стиля организации. Они утверждают, что библиотекам необходимо использовать современные технологии, чтобы завлечь читателя и удержать его внимание. Применение PR-инструментов показывает, что библиотека является современным учреждением, которое следит за изменениями в постоянно изменяющемся обществе [5].

В.Д.Эберт и Н.В.Грушевская в исследовании вводят новое понятие – «три образа библиотеки» – идеальное, зеркальное и реальное. Они отмечают, что в

практике библиотека сталкивается с тремя образами и только при совпадении идеального и реального образа, можно утверждать о целостности имиджа. По их мнению, положительный имидж создается исходя из хорошей оценки качества услуг и обслуживания пользователей, а также из яркого фирменного стиля библиотеки [11].

На практике фирменный стиль требует комплексного подхода. Так, в методических рекомендациях Иркутской областной научной библиотеке отмечают, что оформление библиотеки должно быть многофункциональным: привлекательным, эстетичным и полезным. Главная задача – это с помощью оформления привлечь и заинтересовать читателя к посещению библиотеки [9].

Исследовательские работы И.Ф.Замановой, Е.А.Пендрюриной и Е.В.Харьковской раскрывают как теоретические основы по формированию фирменного стиля, так и практические инструменты. Авторы считают, что успешно выстроенный имидж библиотеки способствует укреплению корпоративного духа учреждения, создания комфортной обстановки в коллективе — это залог положительного имиджа библиотеки. И.Ф.Заманова и ее соавторы считают, что формирование фирменного стиля должно быть комплексным подходом, использующим разные форматы. Например, создание брендбука, яркого логотипа, униформа библиотекарей и интерактивные мероприятия [3, 4].

О.Титова и А.Шамгутдинова подчеркивают, что создание фирменного бренда является неотъемлемой частью продвижения библиотеки. Именно фирменный стиль способствует привлечению читателей, повышает узнаваемость библиотеки. Для детских библиотек это особенно важно, так как маркетинговой план может включать в себя использование социальных медиа для общения с детьми и интерактивные мероприятия нового формата [11].

М.Р.Алташина в своих работах делится интересным опытом о ребрендинге библиотек. Она приводит в пример Петербургский библиотечный центр «Маяк», где для создания фирменного стиля использовали новый элемент – сторителлинг. Они создали своего бренд-персонажа и от его имени рассказывали о библиотеке в историях в социальных сетях. Такой современный подход способствовал привлечению читателей, укреплению эмоциональной связи между пользователями и библиотекой [1]. Современные исследования показывают, что эффективный фирменный стиль должен включать логотип, цветовую гамму, пространственное оформление и цифровую интеграцию.

Анализ успешных практик российских библиотек демонстрирует разнообразие подходов к формированию фирменному стилю. Российская государственная библиотека успешно реализует концепцию тематического зонирования пространства, внедряет интерактивные элементы и создает уникальную систему навигации. Детская библиотека использовала четыре основных цвета: фиолетовый, зеленый, бирюзовый и оранжевый. Данные оттенки гармонично подобраны и сочетаются друг с другом. Эффект «начертание букв» подчеркивает, что библиотека предназначена для детей.

Центральная детская модельная библиотека в Набережных Челнах сформировала свой уникальный фирменный стиль. Она использовала

современные методы оформления помещений для наилучшего привлечения читателей к библиотеке. Пространство распределено на два зала: один предназначен для дошкольников и младших школьников, а другой для более старших групп. Библиотека сочла в себе ряд современных технологий. Во-первых, это интерактивный сенсорный стол, на котором дети могут заниматься через игры и образовательные программы. Во-вторых, интерактивная стена – это с помощью проектора добавляют на стену иллюзию сказки и волшебства. В-третьих, это робот-библиотекарь, который помогает в работе сотрудникам библиотеки. Огромный интерес представляют данные технологии для детей в библиотеки, что способствуют завлечению читателей и к посещению библиотек.

Проведенный анализ показал, что каждая библиотека стремится создать свой уникальный фирменный стиль. Его успешность зависит от целостности: все элементы фирменного стиля должны сочетаться и представлять собой единое целое. При этом важнейшим принципом остаётся ориентированность на ребёнка: каждый компонент стиля должен быть понятен, безопасен и интересен для детской аудитории. Гибкость стиля – ещё одно необходимое качество, позволяющее адаптировать оформление под разные возрастные группы: от дошкольников до подростков. Наконец, внедрение фирменного стиля требует системного подхода, поскольку он не ограничивается дизайном, а пронизывает все процессы библиотеки, от внешнего облика до качества обслуживания.

Таким образом, фирменный стиль становится не просто «оболочкой» учреждения, а ключевым элементом его миссии – превращения библиотеки в центр притяжения для детей, пространство открытий и вдохновения. Интеграция визуальных, сенсорных и коммуникационных решений формирует целостный образ библиотеки, который работает на долгосрочную лояльность аудитории. Особенно значимым является учёт психофизиологических особенностей детей при разработке стиля: использование ярких, но не агрессивных цветов, простых и запоминающихся символов, интуитивно понятной навигации. Такой подход не только делает библиотеку более «дружелюбной», но и способствует формированию позитивного отношения к чтению и знаниям с ранних лет.

Список использованных источников

1. Алташина М.Р. Сторителлинг как технология брендинга библиотеки // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : материалы VIII Международной научно-практической конференции. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2022. – С. 14-16.
2. Гнусарева Е.С. Влияние целевой аудитории на разработку айдентики для библиотек // Актуальные проблемы и современные тренды науки, культуры, искусства в творческом образовании : материалы VII Международной научно-практической конференции. – Москва : УЦ Перспектива, 2022. – С. 654-657.
3. Заманова И.Ф., Пендюрин Е.А. Алгоритм разработки фирменного стиля библиотеки // Наука. Культура. Искусство : актуальные проблемы теории

и практики : сб. докладов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – Белгород, 2020. – С. 397–401.

4. Заманова И.Ф., Пендюрин Е.А. Роль благоприятного внутреннего и внешнего имиджа в формировании фирменного стиля библиотеки // Наука. Культура. Искусство : актуальные проблемы теории и практики : сб. докладов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – Белгород, 2020. – С. 391–396.

5. Казакова К.А., Лауринайтис Э.В. Применение PR-технологий для формирования фирменного стиля учреждений культуры и искусства (на примере государственного автономного учреждения «Дом дружбы народов Республики Коми») // Реклама и современный мир. – Тверь, 2020. – С. 13-20.

6. Модельная перезагрузка: опыт создания нового библиотечного пространства в рамках национального проекта «Культура» (2023 г.): информационный отчет / МБУ «ЦБС»; авт.-сост. Р.Н.Каюмова; ред. В.М.Гайнуллина. – Набережные Челны, 2024. – 29 с.

7. Прасолова П.С. Бренд и знак обслуживания библиотеки: общее и особенное // Библиотековедение. – 2021. – № 6. – С. 655-665.

8. Прасолова П.С. Бренд современной библиотеки: путь создания // Культура: теория и практика. – 2022. – № 3(48).

9. Современная библиотека: от идеи к реализации : методические рекомендации / Иркутская областная государственная научная библиотека им. И.И.Молчанова-Сибирского; сост. Ю.А.Ефремова, А.С.Гусева. – Иркутск : ИОГУНБ, 2020. – 74 с.

10. Титова О., Шамгутдинова А. Встречают по логотипу: визуал, единый стиль и другие бренд-элементы // Библиополе. – 2022. – № 1. – С. 8–10.

11. Эберт В.Д., Грушевская Н.В. Имидж библиотеки: от идеального к реальному // Наука, культура, образование: актуальные вопросы, достижения и инновации : сб. статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 февраля 2021 года. – Пенза : "Наука и Просвещение", 2021. – С. 200-201.