

Министерство культуры Республики Крым  
ГБУК РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи»

**Адрес**  
Россия,  
Республика Крым  
г. Симферополь  
ул. Кечкеметская, 94а

**ГБУК РК**  
**«Крымская республиканская библиотека для молодежи»**

Сайт: [www.krbm.ru](http://www.krbm.ru)  
Почта: [info@krbm.ru](mailto:info@krbm.ru)  
Тел.: 22-86-95



**Рекомендации библиотекарям по созданию информационного пространства библиотеки**

**Симферополь, 2022**

**Министерство культуры Республики Крым**  
**ГБКУ РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи»**

**Рекомендации библиотекарям по  
созданию информационного пространства  
библиотеки**

**Симферополь, 2022**

Рекомендации библиотекарям по созданию информационного пространства библиотеки / Мин-во культуры Респ. Крым, ГБУК РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи» ; [сост. А. В. Павловская ; отв. за выпуск А. А. Подшивалова]. – Симферополь : ГБУК КРБДМ, 2022 – 40 с. – Текст : непосредственный.

Произнося слово библиотека, прежде всего мы представляем себе здание или помещение, которое является материальной основой всей сложной системы, каковой на сегодняшний день является библиотека. В последние годы в связи с качественными изменениями в работе библиотек, с переосмыслением возможностей библиотек, а значит и технологических процессов в библиотеке изменяется взгляд на использование библиотечного пространства.

В организации пространства библиотеки определяющим является функциональный подход. И поскольку на первый план выходят информационная и коммуникационная функции в библиотеках соответственно должны решаться вопросы организации или реорганизации пространства как внутреннего, так и внешнего с учётом этих приоритетов.

И если гармонично, учитывая специфику каждого библиотечного пространства и принципы обслуживания, совместить красивое оформление и удобное расположение стеллажей, стендов, фонда, использование в проведении мероприятий медиаресурсов, наличие подключения к Интернету, различные дизайнерские решения – тогда не стоит бояться потерять библиотечную специфику.

Составитель: А. В. Павловская

Ответственный за выпуск: А. А. Подшивалова

© ГБУК РК Крымская республиканская  
библиотека для молодёжи

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Начнём с теории	3-8
2. Трансформация видимого пространства	9-29
3. Виртуальное пространство тоже важно	30-37
4. Визуальный имидж	38-42
5. Список литературы	43-44

## **I. Начнём с теории**

### ***Принципы библиотечного пространственного дизайна***

Российский архитектор О.А. Дубинина в своей монографии [3] предлагает пять принципов организации библиотечного пространства:

- полифункциональность;
- адаптивность к группам пользователей;
- открытость;
- мобильность;
- выразительность.

Особенность современного библиотечного дизайна состоит в следующем:

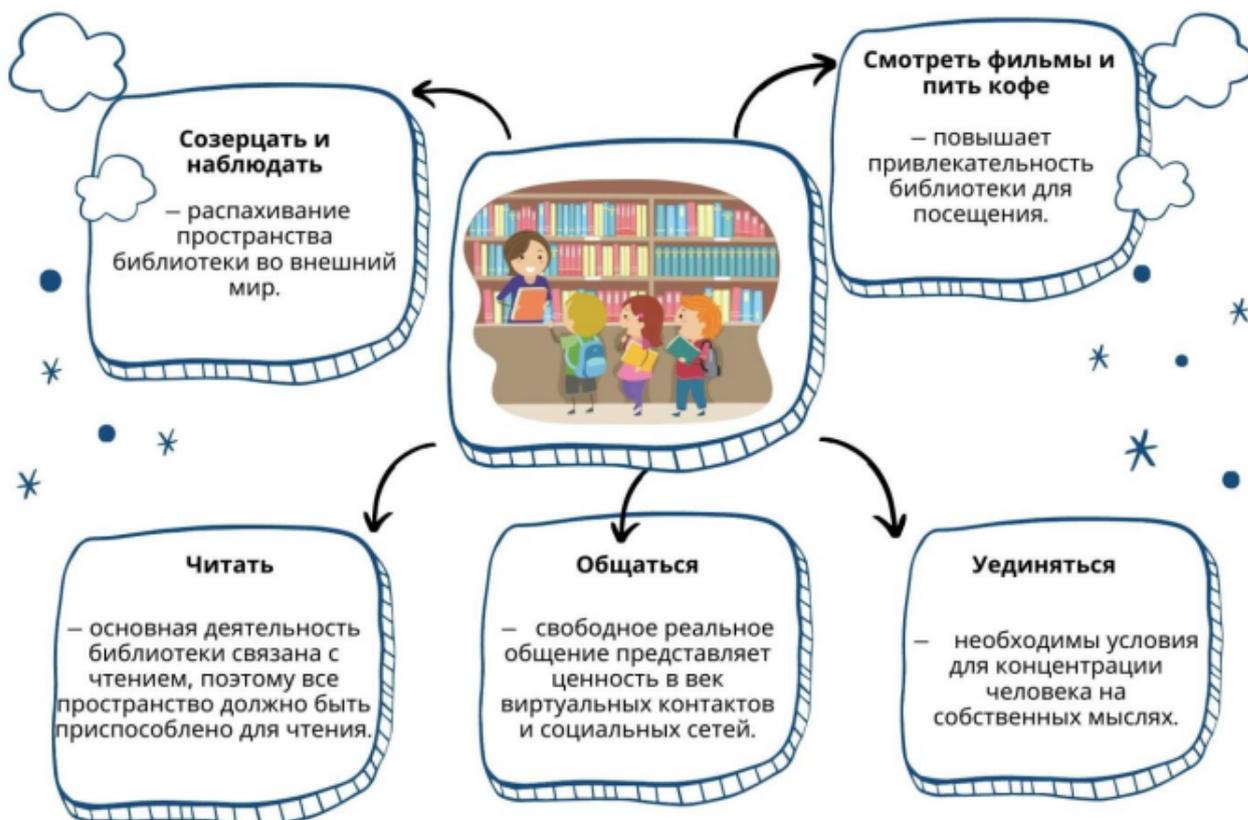
- ориентирование в первую очередь на создание комфортной среды для человека (посетителя и персонала), а не места для хранения фонда библиотеки;
- тесное сотрудничество с библиотечными специалистами и библиотековедами;
- отказ от физического расширения пространства в силу наличия виртуальных информационных ресурсов библиотеки в современную эпоху, а также за счет обогащения сценариев поведения посетителя через организацию пространства.

#### ***Полифункциональность***

Пространственная структура библиотеки должна отражать технологию библиотечной работы. Функционально библиотека должна отражать технологию библиотечной работы. Функционально библиотека делится на три группы помещений: читательские, служебно-производственные и помещения для хранения фонда, что вызвано необходимостью организации трех пересекающихся потоков: читателей, книг, библиотечного персонала.

Наряду с традиционными функциональными элементами должны включаться дополнительные функциональные зоны: лекционные залы, выставочное пространство, кружковые и игровые комнаты, кафе и так далее [12].

Необходимо создание комфортной среды для различных вариантов поведения человека в библиотеке, таким как:



Библиотека остается книгоцентричной, но в ней можно не только читать, но и смотреть и слушать, и общаться, работать, готовиться к занятиям. Современная библиотека ориентирована не только на информационное обслуживание, но и на погружение в культуру, что чаще всего происходит незаметно, как бы само собой, чему способствует структура физического пространства, расположение книжных стеллажей и других ресурсов, регулярная сменяемость выставок и фотоколлажей, игра линиями, цветом и светом в разное время суток и сезоны.

Библиотека может стать «третьим местом» для местного сообщества.

«Третье место» (после дома – «номера первого» и работы/школы – «номера второго») – это общественные места для неформальных встреч: кафе, библиотеки, магазины, и т.д., где люди в любое удобное для них время могут свободно и непринужденно общаться.

Концепция библиотеки как «третьего дома» набирает за рубежом и у нас в стране все большую популярность. Её суть в том, чтобы развивать библиотеку как «Теплый дом», который отличается от работы (учебы) неформальный характер общения, возможность выбрать занятие по душе, будь то чтение или использование электронных ресурсов, посещение различных курсов (например, фотографии или английского) или посещение музыкального концерта и пр. С точки зрения посетителей, от собственного дома с его обыденностью такую библиотеку отличает атмосфера внебудничности и особой эмоциональности, а также возможность мобильного переключения с одного занятия на другое. Это Дом, где тебе помогут найти нужные сведения, подскажут, в каком направлении действовать, передадут знания, без которых трудно обойтись в конфликтной ситуации. С точки зрения специалистов-психологов такая библиотека – это оптимальный вариант места, ориентированного на многих и одновременно на конкретного человека. Традиционно взрослый или маленький человек – в зависимости от установки может здесь побыть в уединении, пережить тихие мгновения так называемого публичного одиночества или наоборот, встретиться с друзьями, приобрести нового знакомого.

Когда человек переступает порог библиотеки, он должен попадать в особый мир – яркий, доброжелательный, открытый. Особенно это важно для библиотек небольших городов и поселков.

Красивый интерьер в библиотеке располагает к чтению и усиливает положительные впечатления от книги, вызывает желание вернуться в эту библиотеку вновь. Для тех, кто навещает библиотеку общедоступную, чтение – это скорее разновидность досуга, отдыха. Атмосферу теплоты и уюта в библиотеке создают работающие в библиотеке люди и дизайн интерьера.

#### *Адаптивность к группам пользователей*

Предусматривается формирование незамкнутого пространства для самых разных категорий посетителей (дети, молодежь, взрослые, престарелые, инвалиды) и одновременно ориентированного на отдельных посетителей. Библиотека доступна всем слоям населения.

### *Открытость*

Принцип открытости провозглашает раскрытие ресурсов всей библиотеки, объединяя в оптимальном варианте фонды абонемента, читального зала с возможностью использования информационных технологий, а также возможностью творческой самореализации посетителя.

Единство реальной и виртуальной частей пространства библиотеки вытекает из самой логики развития информационно-коммуникационных технологий, требующей постоянного обновления информации на сайтах, внесения изменений в электронные каталоги и полнотекстовые базы данных. По законам развития информационных систем изменения одних технологических процессов и операций инициирует адаптацию других для достижения необходимого баланса.

Сюда же относится и распахнутость пространства. Раскрытие пространства достигается за счет минимизации глухих стен и дверей (замена их стеклянными перегородками), использование больших окон.

### *Выразительность*

Передача внутреннего содержания, создание «духа места», выражение традиций и культурных ценностей конкретного места.

### *Мобильность*

Мобильность достигается и за счет многофункциональной мебели, которая вместе с тем служит и разграничителем пространства. Один предмет мебели решает несколько задач: функциональных, пространственных и дизайнерских. К тому же, большая часть мебели – на колесиках, её можно легко и быстро передвинуть.

В пространство необходимо закладывать способность к переменам. Одна и та же зона может использоваться с разным назначением – жесткие функции отмирают со временем. Пространство должно быть гибким и откликаться на реальные потребности пользователей. Например, родитель может прийти с ребенком и оставить его на пару часов: так оба проведут время с пользой.

### *От традиционного разделения к открытой планировке*

Посетитель, придя в библиотеку должен остаться здесь, причем не только поработать, но и пообщаться, посетить мероприятия. Всё пространство – для людей, закрытых зон практически нет, и все книги в открытом доступе.

Поскольку у посетителей разные цели: необходимо разделить большое пространство на меньшие зоны. Для решения основных принципов

организации библиотечного пространства пространственный дизайн предлагает функциональное зонирование пространства – создание ряда фокус-зон.

Как ни странно, чтобы уединиться и почувствовать себя защищенным, нет необходимости прятаться за бетонной стеной, достаточно стоящих слева стеллажей. Идеальное пространство создать невозможно, тем более на ограниченной площади.

### *Пространство для детей*

В библиотеках, обслуживание детей, должно быть создано уютное, комфортное и безопасное пространство, обладающее особой «детской» инфраструктурой для учебы, игры, самореализации и отдыха, с выделенными местами для индивидуальной и групповой работы. Для каждой возрастной категории детей (раннего, дошкольного, младшего школьного, подросткового и юношеского возраста) необходимо, чтобы было выделено отдельное пространство (зона); создана доступная среда для родителей с детьми раннего возраста, детей с ограниченными возможностями здоровья.

Вместе с этим общедоступным библиотекам, обслуживающих детей, следует предусмотреть:

- обособленное помещение с отдельным входом (по возможности) с учетом норм шаговой (транспортной) доступности;
- зонирование фондов для взрослых и для детей (в соответствии с ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (от 29 декабря 2010 г. №436-ФЗ; с изменениями и дополнениями);
- адаптированный в соответствии с возрастными особенностями детей доступ к информационным и справочным ресурсам библиотеки, в т.ч. к электронным (каталогам, сайту, навигации в помещении библиотеки и др.).

### *Базовые функциональные зоны библиотеки:*

1. Зона библиотечно-информационного обслуживания пользователей
2. Зона проведения мероприятий
3. Зона работы за компьютерами
4. Санузел
5. Гардероб

### *Дополнительные зоны:*

1. Зона для индивидуальной работы (читальный зал)

2. Зона групповой работы/коворкинг
3. Зона творчества и работы (мастерская)
4. Книгохранилище
5. Игровая зона
6. Служебные помещения
7. Другие помещения

## II. Трансформация видимого пространства

Свободный доступ к фонду – форма библиотечного обслуживания, предоставляющая пользователю возможность самостоятельного поиска и выбора документов в библиотечном фонде.

Книжные фонды начали открывать в России с начала XIX века. В 30-е годы XX века была выдвинута партийная директива о полном раскрытии книжных фондов библиотек для читателей, где подчеркивалось значение открытого доступа как метода активного руководства чтением. Постановлением ЦК партии от 1959 г. было рекомендовано «открывать» только часть книжного фонда для читателей, основную часть оставлять в хранилище. В первую очередь это связано с сохранностью книг. С начала 90-х годов открытый доступ рассматривался в контексте обеспечения свободного доступа пользователей к информации [11].

Каждая библиотека должна, исходя из своих возможностей, создавать систему организации свободного доступа, не нарушая при этом прав читателей на доступность ко всему библиотечному фонду, но в то же время и сохраняя фонд для будущих читателей.

С помощью свободного доступа должны повышаться оперативность и качество обслуживания читателей, полнота предоставляемой им информации.

В свободном доступе небольших библиотек может раскрываться не весь фонд, а наиболее актуальная его часть. К особо ценным и малоспрашиваемым изданиям система свободного доступа может не применяться.

Свободный доступ к ресурсам – нечто большее, чем одна из форм организации библиотечного фонда. Если взять за основу идею, согласно которой библиотека создана и функционирует для своих пользователей и, будучи частью единого образовательного и воспитательного процесса, воспроизводит духовные ценности через чтение, системное использование источников информации и знания, то свободный доступ к этим источникам – неременное условие эффективной работы, и по большому счету – его философия.



*Главные принципы организации свободного доступа:*

- наглядность,
- простота,
- доступность,
- логичность мышления,
- комфортность.

Комфортность, составляющая главную цель непосредственного доступа, оказывается неполной, если пользователь предоставлен сам себе, даже при условии четко продуманной системы раскрытия ресурсов.

Свободный доступ не сводится к самостоятельному выбору нужной информации, расширению визуального обзора ее источников, а также созданию условий, при которых пользователь может обойтись без помощи библиотекаря. На самом деле смысл понятия «свободный доступ» глубже. Наиболее важно то, что свободный доступ выступает еще и как развивающее и обучающее пространство. Одновременно эта развивающаяся культурно-информационная система, которая влияет на всю работу библиотеки.

Одна из задач библиотекаря – развивать, воспитывать и подпитывать книжную культуру. Вот почему столь важен именно для детей непосредственный доступ к книжному фонду, знакомство с различными изданиями, представленными на полках. Совет, квалифицированная рекомендация доброжелательного специалиста, помощь в библиографическом

поиске – в традиционном и электронном вариантах, по-прежнему востребованы, особенно в детских библиотеках.

Искусство библиотечной рекомендации через организацию фонда как раз в том, чтобы, выдвинув на первый план «самое-самое», привлечь внимание к изданиям, которые могут заинтересовать маленького или взрослого человека, найти соответствие между книгой и пользователем, в ней нуждающемся, возможность применять незаметные для читателя, опосредованные, ненавязчивые формы продвижения хорошей книги.

*Исходя из интересов пользователей, книжный фонд на абонементе можно условно разделить на три зоны:*

- «Моментального» обслуживания, актуального обслуживания массового спроса – располагается рядом с кафедрой и включает книжные выставки, справочные и библиографические издания, литературу, сданную читателями в течение дня. Это своего рода, экспресс-обслуживание, рассчитанное на ограниченное свободное время пользователя.
- В зоне «среднеактуального» обслуживания располагается значительная часть фонда литературы. Он отвечает запросам всех групп читателей.
- Зона «ретроспективного» обслуживания для пользователей с установившимися вкусами и привязанностями.

В практике используются различные приемы расстановки стеллажей, исходя из отведенного места (зигзаг, друг против друга, «елочкой», полукругом и др.) расставляются стеллажи в наиболее доступном и освещенном месте.

Для полного раскрытия библиотечных фондов в свободном доступе оформляются развернутые выставки литературы, тематические стеллажи и подборки, внутривидовые выставки. Отраслевые периодические издания рекомендуется приближать к соответствующим разделам книг.

В свободном доступе необходимо оформить информацию для читателей, раскрывающее его содержание и местонахождение того или иного документа. Это может быть система ссылок и отсылок (ссылка означает: «см. так же в таком-то разделе»; отсылка – это значит, что данного материала здесь нет, см. там-то). Для текста ссылок и отсылок используют полочные разделители.

При полном или значительном раскрытии книжный фонд расставляется согласно ББК с указанием шифра данного раздела. В небольших библиотеках часто используется метод тематической расстановки литературы в свободном доступе.

Для раскрытия фонда большое значение имеют разделители и подписи на стеллажах. Наглядность – главный принцип оформления. Полочные разделители должны быть красиво, эстетично оформлены, все подразделы темы можно выделить одним и тем же цветом, использовать фотографии, рисунки, предметы, игрушки и пр.

На книгах одной темы можно делать сиглы (полоски) одного цвета с заголовком (удобно искать и расставлять).

В практике работы библиотек существует многообразие форм привлечения внимания читателей к литературе: закладки с надписью: «Советуем почитать», «Это интересно!», «Предлагают читатели», «Книги, сданные сегодня», «Рекомендуют читатели», «Новинка сезона» и пр.

Могут быть созданы уголки для читателей различных возрастных и социальных групп.

#### *Рекомендации:*

- стремитесь к тому, чтобы оформление книжного фонда было частью интерьера библиотеки;
- попытайтесь найти единый стиль во всех средствах рекламы фонда. Это позволит создать единый образ библиотеки, придать оформлению книжного фонда индивидуальный характер;
- разработайте путеводитель по библиотечному фонду, который поможет пользователю разобраться в особенностях расстановки литературы вашей библиотеки.

Рабочее место библиотекаря, осуществляющего прием и выдачу литературы, располагается и оборудуется с учетом следующих требований:

1. обеспечение свободного обзора проходов между стеллажами, установленными в зоне открытого доступа;
2. обеспечение контроля за входом и выходом из помещения, в котором осуществляется обслуживание;
3. регулирование числа читателей, находящихся одновременно в зоне открытого доступа.



Библиотекарь, осуществляющий прием и выдачу литературы, должен:

- знакомить вновь записавшихся читателей с правилами пользования библиотекой;
- информировать читателей о материальной и юридической ответственности за сохранность фонда;
- следить за тем, чтобы в зону открытого доступа не заходили читатели в верхней одежде, с посторонними вещами;
- осуществлять запись выдаваемых книг в читательский формуляр только в присутствии читателя, разборчиво, в объеме, определяемом учетными формами.

В библиотеке важно правильно разграничить пространство. Зонирование помещения в небольших по площади библиотеках возможно несколькими способами: методом установки стационарных или подвижных перегородок, с помощью художественно выполненных занавесей, с помощью отделочных материалов, с помощью освещения, с помощью изменения высоты потолка в помещении, с помощью изменения уровня пола. Также зонирование можно организовать с помощью различных отделочных материалов: окраска стен в помещении, нанесение различных видов фотообоев, напольных покрытий, видов паркета и т. п. Используя в том числе и эти приемы можно добиться акцента на этнокультурных особенностях территории, на которой размещена библиотека.



Зонирование можно произвести и с помощью различного освещения. Светом можно выделить любую часть помещения. Сегодня это можно осуществить с помощью подсветок, встроенных в потолок или стены помещения, как с помощью ламп различной мощности, так и разных по цвету. Можно над разными зонами помещения установить потолок разной высоты с вмонтированной в него системой освещения, исполненной как из точечных светильников, так и поворотных светильников, с помощью которых возможно создание световых преград. Хорошо помогают делить пространство (особенно в небольших помещениях) ширмы и мягкие занавеси. Прикрепив к потолку металлическую направляющую, можно использовать ее для крепления не только драпировок, но и группы светильников. За такой своеобразной ширмой могут быть размещены: рабочий стол библиотекаря, шкаф для одежды, стеллаж с книгами. При этом важно соблюсти единообразие тканей в помещении – как по цвету, так и по фактуре. Интересен вариант зонирования небольшого помещения с использованием небольшой стенки с нишами, за которой может быть укрыто совсем маленькое помещение, выполняющее функции кабинета библиотекаря [1].

Стенка одновременно может выполнять функцию не только разграничения помещения, но и некой плоскости для размещения выставок. Зонирование помещений с помощью изменения уровня потолка и пола – один из современных методов планировки. С помощью гипсокартона можно придать самую сложную форму потолку в помещении. Понижение уровня потолка помогает создать ощущение защищенности и уюта. Еще одним способом зонирования помещений могут быть подиумы. Поднятие пола на 40-50 см дает возможность устроить на этой площадке или миниатюрный кабинет библиотекаря, или место для переговоров, или разместить стенды с наиболее

важной информацией. Использование мебели для обозначения границ зон в помещениях имеет очень давнюю историю. В библиотеках это прежде всего шкафы и стеллажи с книгами и периодикой. Причем стеллажи или шкафы могут быть размещены не только линейной стенкой, но и перпендикулярно друг относительно друга, дугами.



Еще один не менее важный аспект современной организации библиотечного пространства – значительное расширение зон, связанных с проведением общественных мероприятий, в которые входят выставочные залы различного характера, залы для проведения встреч, конференций, специально выделенные помещения для групповой работы. Формирование новой среды в помещении библиотеки должно привлечь новые группы читателей. Библиотека получает возможность стать привлекательной для власти, коммерческих структур, творческой и научной интеллигенции. Это позволит задействовать самый мощный поток информации – устный – межличностное общение – диалоговое взаимодействие.

Забота об инвалидах и лицах с ограниченными возможностями здоровья (далее – лица с ОВЗ) по своей значимости выходит сегодня на одно из первых мест, поскольку является одним из критериев цивилизованности государства и его нравственного прогресса. Многолетний опыт, накопленный библиотечным сообществом, свидетельствует о необходимости активных поисков решений, способствующих адаптации инвалидов в пространство библиотеки и адаптации библиотеки к нуждам инвалидов.

Необходимы постоянные контакты, налаживание связей и сотрудничество библиотеки с организациями, занимающимися проблемами инвалидов (органы социальной защиты населения, реабилитационные центры, общественные организации инвалидов и др.).

Очень важно сотрудничество со специализированными библиотеками, с образовательными организациями среднего и высшего образования, где реализуется инклюзивный подход к образованию, осуществление совместных социокультурных проектов.

Одной из основных задач библиотеки является создание технологических условий, ресурсной базы и психологической атмосферы, обеспечивающих инвалидам, лицам с заболеваниями, ограничивающими им свободный доступ в библиотеки, людям со специальными потребностями свободный, беспрепятственный доступ ко всем формам библиотечного обслуживания. По мере появления дополнительных финансовых, материально-технических возможностей библиотеки должны стремиться к тому, чтобы обеспечить различным группам пользователей возможности комфортного посещения библиотеки.

### *Библиотечная реклама*

Реклама органично вошла в жизнь библиотеки и ее читателей. Сегодня она играет роль инструмента, благодаря которому они узнают все об этом учреждении. Изменения, происшедшие в последние годы в обществе, заставили по-новому взглянуть на роль и место рекламы в современной библиотеке. Этот период можно обозначить как этап формирования новых отношений в сфере культуры, когда нам, сотрудникам этой сферы, приходится адаптироваться к новой реальности, менять профессиональное сознание, формировать стратегии поведения для развития новых идей. Каждая библиотека должна стремиться сформировать собственный индивидуальный стиль. Реклама должна быть открытой, доступной и компетентной.

Основные виды библиотечной рекламы:

- ресурсная – реклама библиотечно-информационных ресурсов;
- производственная – реклама результатов библиотечного производства;
- сервисная – реклама библиотечных услуг.

По средствам использования рекламу делят на наружную и внутреннюю. К наружной рекламе относятся: щиты; вывески; витрины; стрелки-указатели; объявления с приглашением посетить библиотеку.



Для наружной рекламы характерны: лаконичность (текст из 4 - 7 слов); укрупненный шрифт; яркая, но не пестрая цветовая гамма; минимум иллюстративного материала. Самое главное средство наружной рекламы – это внешний вид здания библиотеки и прилегающего к нему пространства. По мнению автора книги по строительству и реконструкции библиотек француженки Ж. Гаскюэль: «Библиотека может приглашать войти, остаться незамеченной и даже отбить всякое желание войти». Из форм наружной рекламы применяют щиты или стенды, нацеленные на создание привлекательного образа библиотеки. Его иногда называют «имиджевой рекламой» или фирменным стилем. Фирменный стиль – набор постоянно используемых цветовых, графических, словесных и дизайнерских элементов.

Библиотека, как известно, начинается с вестибюля. Холлы библиотек из «обычной информационной зоны» все чаще превращаются в места отдыха посетителей, где читатель одновременно узнает новые сведения и отдыхает. Уметь распорядиться площадями библиотеки – одна из задач внутренней рекламы. Другая задача – создавать ощущение «открытости», динамичности, расширяющегося при необходимости помещения.



Под внутренней рекламой понимают совокупность средств, помогающих посетителю ориентироваться в библиотечном пространстве, делающих его доступным и комфортным. Ведущая роль во внутренней рекламе принадлежит оформлению библиотечного интерьера. Необходимо формировать пространство легко «обживаемое» любым ее посетителем: и тем, кто пришел за книгой или справкой, и желающим поиграть в компьютерные игры или посмотреть видеофильм. Умело созданный и мобильно преобразуемый интерьер позволяет создать многоликий, «самонастраивающийся» на ожидания посетителей образ библиотеки.

Среди средств внутренней рекламы можно выделить: объявления; плакаты; схемы; стенды [5].

### *Библиотечные плакаты*

Важное место в массовом обслуживании читателей занимают библиотечные плакаты. Они представляют собою крупные и яркие изображения, сопровождаемые кратким текстом. Плакаты в библиотеках стали использовать в начале XX века, но массовое распространение они получили в 1920-е годы.

Виды плакатов: информационные, пропагандистские, агитационные, методические.

Информационные плакаты сообщают о наличии литературы определенного характера, о журналах и газетах; основная цель – информирование пользователей библиотек.

Пропагандистские плакаты бывают тематические или посвященные одному лицу, одной книге; их цель – раскрытие значения книги, закрепление и расширение интересов читателей.

Агитационные плакаты откликаются на злобу дня, призывают к действию, рекомендуют и способствуют распространению литературы; их цель – активная рекомендация литературы, связанной с решением государственных и общественных задач.

Методические плакаты предназначены для пропаганды фондов библиотеки, культуры чтения в целом и библиотечно-библиографической грамотности в частности; их цель – помочь читателям пользоваться библиотекой, дать конкретные советы по работе с СБА.

Плакаты должны быть яркими, с интенсивным цветовым фоном, неожиданным сочетанием фигур, содержать предельно краткий, но информативный текст. Оформление библиотечных плакатов связано с композиционным решением в монтаже иллюстраций, сочетании использованных цветов, гармонии образа и слова. Создание изобразительной продукции – дело чрезвычайно сложное и трудоемкое, требует высокого уровня профессионализма и использования полиграфических технологий. Однако плакаты в современных условиях библиотечного обслуживания могут приобрести новое звучание в целях рекламирования информационной продукции и услуг.

Печатная реклама – это особая связь между библиотекой и читателем. Составляющие рекламу элементы, такие, как размеры объявлений, цвет, иллюстрации, текст, влияют на формирование определенного представления об услугах.

В процессе создания печатной рекламы мы выделяем три этапа: выбор темы, подготовка вариантов обращения, исполнение. Для этой цели можно использовать фирменные бланки, приглашения, закладки для книг. Главные критерии в их оформлении: простота, индивидуальность, функциональность, цветовое решение, подбор шрифтов.

Основные принципы рекламной деятельности: открытость, доступность, компетентность.

Для каждого образа необходимо было найти стиль и форму воплощения (например, образ детства ассоциируется с полетом бабочки, с цветком, желтый цвет – с теплыми лучами солнца).

Черно-белые изображения на рекламных листах значительно уступают по восприятию цветным. Особенно это важно для детей. Доминирующими выступают желтый и голубой – фирменные цвета библиотеки.

При использовании печатных информационных листов важен текст обращения. Автор должен отчетливо представлять себе, какие слова и как будут восприняты потенциальным читателем. Деловой стиль преобладает в рекламном листе, адресованном взрослым людям.

Иной подход – к текстам для молодежи: «Эй, приятель! Ты не забыл, что скоро Новый год? Самое время отвлечься от учебы и хорошенько отдохнуть. Приглашаем тебя и твоих друзей на новогоднюю вечеринку...».

В подобных объявлениях допустима неформальная лексика, характерная для этой возрастной группы.

При оформлении книжной выставки или библиотечного стенда необходимо определить целевое назначение, просто хорошенько подумать – зачем оформляешь и для кого. Стенды должны привлечь внимание посетителей на предоставленную библиотекарями информацию. Читателя привлекают краткие, броские заглавия, тексты, обращения, яркие иллюстрации, нестандартные решения в оформлении.

Знаменитый исследователь рекламы Альфред Политу на вопрос, какие элементы печатной рекламы являются самыми важными, сказал, что «самыми важными являются заголовки, поскольку некоторые люди читают только их». Поэтому выбор названия – очень важный момент. Здесь инициатива и смелость, творчество, фантазия библиотекаря должна раскрыться в полной мере. Есть несколько требований к названию. Это – не только ясность и лаконичность (т.е. наличие в нем не более 4-5 слов), но и способность отразить целевое и читательское назначение. Обратите внимание на неординарность, оригинальность формулировки, избегайте штампов. Например, замените заголовок «Новые поступления» на «Все новое – для Вас!».

Название должно иметь социальную направленность, и в то же время играть роль приманки для читателей. Например, «Брось все и читай», «Когда хочется отдохнуть». В оформлении заголовка немаловажную роль играет цветовое решение. Выставка и стенд должны привлекать внимание читателей яркостью и образностью, но не раздражать излишней пестротой и крикливостью. Наиболее удачные цветовые сочетания: черный с желтым, черный с оранжевым, красно – бело – синий, белый на синем, на красном, на зеленом. Мы привыкли использовать в оформлении заголовков и рубрик сочетания красного на белом или черного на белом. Оказывается, они «замыливают» глаз и перестают обращать на себя внимание читателей. Надписи лучше выполнять в трех цветах: один для общей информации, другой для основных элементов текста или используемой символики, третий – фон. При выборе общего фона можно использовать бумагу спокойных тонов. Следует принимать во внимание и ассоциативную реакцию зрителя на

некоторые цвета (черный – предупреждение, красный – ощущение опасности). В выборе цвета также надо учесть и степень его популярности на сегодняшний день, влияние моды. Удачно можно использовать в оформлении элементы компьютерной графики, которые позволяют сделать заголовки и цитаты яркими, красочными, а также оперативно менять одни заголовки на другие, подбирая каждый раз необходимые иллюстрации. Итак, название выбрано и оформлено. Далее предстоит проработка деталей, поиск средств выражения идей, образов, отдельных акцентов. Воплощение замысла в зримых формах можно достичь с помощью разнообразных аксессуаров – предметов, деталей, содержательно связанных с концепцией стенда или выставки и дополняющих композицию в качестве фона. Аксессуары подразделяются на знаковые, предметные, художественные, декоративные, конструкционные. Знаковые аксессуары – это применение цитат, аннотаций, текстовых рубрик, заголовков. Среди художественных аксессуаров можно назвать картины, коллажи, иллюстрации, фотографии, которые по назначению сходны с предметами. Декоративные элементы экспозиции призваны облегчать последовательность смены впечатлений посетителей.

*Стенд – визитная карточка библиотеки.*

Благодаря стендам мы можем получать объективное, объемное, многогранное представление о реально существующих направлениях деятельности библиотеки. Существуют стенды общей информации и тематические стенды.

Необходимо иметь стенд, где будут размещены: информация о библиотеке, которая может пригодиться впервые пришедшему читателю; схема помещений; красочный план мероприятий на ближайшее время; история создания библиотеки; справка о писателе, чье имя носит библиотека.

Хорошей рекламой станут стенды, информирующие о взаимоотношениях с организациями, предприятиями, частными лицами, являющимися спонсорами и помощниками библиотек. А также тематические стенды. Например, «История библиотеки», «Обучающая библиотека», «Методическая панорама».



Стендовые презентации – одна из популярных форм рекламы. Такая презентация представляет собой демонстрацию фактов и идей с использованием рисунков, эскизов, таблиц и других декоративных элементов. Эта форма удобна, если нет возможности разместить большой материал из-за недостаточных площадей или ограниченности времени. Важно, чтобы такая экспозиция воспринималась с расстояния 1,5 – 3,25 м и прочитывалась за 2 минуты. Рекомендуемая площадь – 180 на 120 см. Композиционное решение стенда должно учитывать особенности распределения внимания человека. Доказано, что левый верхний угол привлекает больше внимания, чем вся остальная площадь, поэтому, чтобы привлечь внимание читателей к экспозиции, акцент лучше сделайте на него. При группировке материала следует соблюдать симметрию – она предполагает наличие центра, в котором сходятся все связи. Необходимо помнить и о насыщенности выставки, учитывать психолого-педагогические законы восприятия материала. Не должно быть перенасыщения информацией.

Материалы стендовых докладов желательно архивировать и использовать как аналитические документы, свидетельствующие об этапах развития библиотеки.

### *Библиотечная выставка*

Выставочная деятельность – одна из самых актуальных и популярных видов библиотечной работы. Это привычный атрибут библиотеки. Она ориентирована на информирование пользователей о содержании

библиотечных фондов, а также на рекламу отдельных документов и раскрытие их содержания.

Выставка относится к наглядным формам массовой работы. Большое преимущество этой формы – то, что читатель имеет контакт с книгой.

Выставка – комплекс специально отобранных и систематизированных документов, объединенных определенными принципами отбора и предназначенных для ознакомления читателями.

Требования к выставочной работе.

Основными требованиями, предъявляемыми к выставочной работе библиотек, являются комфортность, наглядность, доступность, оперативность.

Комфортность – это и удобное расположение книг на выставке, и дополнительное освещение, и место для отдыха читателя. Кроме того, читателю необходим психологический комфорт при работе с выставкой: удобство получения книги с выставки, возможность ознакомления с книгами (документами) в спокойной обстановке.

Конечная цель принципа наглядности – показать пользователю наличие документа в фонде и убедить в его доступности (это открытый доступ, образ документа на плакате, в рекомендательном пособии, на выставке, библиографическое описание документа в каталогах, картотеках, списках и пр.).



Доступность прежде всего заключается в том, что библиотечные выставки предоставляют читателям возможность изучения содержания демонстрируемых документов.

Оперативность библиотечных выставок понимается двояко. Во-первых, как оперативность отражения (нового документа, актуальной темы или проблемы). Во-вторых, возможность ознакомления одновременно как с первичным, так и вторичным документом (собственно книгой и ее библиографическими данными).

Язык библиотечной выставки предполагает определенную последовательность изложения.

Существует определенный ряд требований к заголовку библиотечной выставки:

1. Объем заголовка не превышает пяти слов. Заголовок служит привлечению внимания читателя к выставке, создает мотив обращения к книгам, представленным в экспозиции. Если заголовок многословный, например, стихотворная цитата, то, несмотря на узнаваемость текста, его актуальность, такой заголовок не привлечет непроизвольного внимания читателя. Поэтому даже стихотворные цитаты необходимо выбирать короткие или, при необходимости, «обрезать» их.
2. Заголовок выставки опосредованно отражает целевое и читательское назначение выставки. Так, выставку литературы к выпускным школьным и вступительным вузовским экзаменам можно назвать «Шпаргалка к экзамену», а экспозиция к юбилеям писателей сказочников может носить заголовок «Сказочный день рождения».
3. Оригинальность заголовка, отсутствие заимствований, собственная фантазия автора выставки позволяют наиболее полно отразить его видение проблемы, которой посвящена выставка.
4. Необходимо с осторожностью подходить к использованию многозначных заголовков, будь это цитата или оригинальное высказывание. В данном случае целесообразно вводить подзаголовок, разъясняющий смысл общего названия. Так, выставка «Зов далеких звезд» в равной степени может быть посвящена и Дню космонавтики, и научно-фантастической литературе.

Существуют композиционные методы, позволяющие добиться большей выразительности текстовой части выставки.

1. Увеличение/уменьшение объекта. Изменение масштаба заставляет по-новому взглянуть на привычное. Этот прием используется обычно для воспроизведения иллюстрации или ее части.

В то же время не следует увлекаться уменьшением – масштабная картина, уменьшенная до размеров почтовой марки, плохо воспринимается.

## 2. Фрагментирование.

Выделение одного из элементов композиции (рисунка, коллажа, слова заголовка и т. п.) позволяет придать ему обособленность и самоценность.

## 3. Монтаж.

Сочетание элементов однородного происхождения, разнородных компонентов, добавление зеркального отображения. Этот прием используется, если необходимо подчеркнуть сопоставление материала, представленного в разных разделах.

## 4. Изменение фактуры.

Создание иллюзорной рельефности; изменение цвета, направления штриховки; горизонтальное или вертикальное растягивание объекта.



Выбор заголовка для библиотечной выставки осуществляется после того, как определяется основная идея и подобрана литература. Поиск цитат и названий для планируемых выставок впрок нецелесообразен, так как в процессе подбора литературы может измениться концепция выставки и заголовок перестанет отвечать содержанию. Предпочтение следует отдавать объемной организации визуальной среды [4].

Вот несколько приемов:

1. Сквозные обоймы (цитатные, изобразительные, портретные, фото-атрибутивные) представляют собой цепочку тематического материала, смонтированного при помощи узких бумажных полос по краям. Другой элемент – разрезанная иллюстрация, части которой могут быть смещены, чтобы подчеркнуть объем. Эффекты просвечивания, парения, витражности при оформлении оживят визуальное пространство выставки.
2. Объемные носители информации в виде склеенных кубов, параллелепипедов, шаров, конусов, пирамид, цилиндров, на которые на разных уровнях и планах можно прикрепить цитаты, иллюстрации, портреты.
3. Подвесные цитаты – стандарты (на нитях или лентах), оправленные в изящные рамки, создадут впечатление легкости и движения всей экспозиции.
4. Атрибутивные ряды – дублирование помещенных на выставке предметов их изображениями (например, гусиное перо в чернильнице и его графический силуэт) или изображения предметов в разных масштабах и ракурсах.
5. Фигурное размещение книжного и изобразительного материала – расположение в виде веера, гармошки, дугой, уступами, в наклонном виде и т.д.

Заголовки и цитаты советуем оформлять выразительно и нетрадиционно, используя в разнообразных сочетаниях форму свитков, овалов, изображенных раскрытых книг и др. В некоторых случаях можно фигурно обрезать край цитаты, что в сочетании с цветным фоном может вызвать необычный зрительный эффект.

Расположение документов. Есть общая логика расположения разделов: от общего к частному, от простого к сложному. Структура персональной выставки строится как в библиографическом пособии: сначала идут разделы книг авторов, потом литература о нем.

*Оформление выставки: шрифт и цвет.*

Шрифт: при выборе шрифта надо искать гармоничное сочетание размера, цвета с настроением и темой выставки. Все надписи должны быть в двух шрифтовых решениях. Название и разделы выполняются в одном ключе. Текстовый материал пишут более простым шрифтом. Шрифт должен хорошо читаться с расстояния 1,5 м. Вычурный шрифт не используют.

При выборе цвета стоит ограничиться 2-3 цветами. Цвет шрифта целесообразно выбрать после того, как книги уже подобраны и разложены. Выбирают цвет, который реже встречается на обложках.

Различные тела по-разному излучают или отражают свет. От белых предметов любой цветной свет отражается в равной мере. Черные отражают свет меньше всех остальных. Серый тон при различном освещении может быть до бесконечности разнообразен и при оформлении представляет большие возможности по его использованию. В частности, бумагу или материю серых тонов целесообразно использовать для драпировок. Все прочие цветные предметы по-разному отражают различный свет. Так, красные предметы под красным освещением выглядят очень яркими, а под зеленым – почти черными.

При искусственном освещении (а в библиотеках именно таково преобладающее освещение) белые, серые и зеленые цвета предметов желтеют, синие сильно темнеют, фиолетовые темнеют и краснеют, тени предметов резко очерчены, предметы, находящиеся в тени, плохо различимы по цвету. Эти особенности световосприятия необходимо учитывать при организации как витринных экспозиций, так и выставок на стеллажах.

Наиболее распространенными считаются следующие типы цветовых композиций:

- двухцветная однотонная, например, синее с голубым;
- двухцветная контрастная – черно-белое;
- трехцветная однотонная, например, бежевое, коричневое и красное;
- трехцветная однотонно-контрастная (белый, синий, голубой) и, как исключение, четырехцветная.

В более многоцветных композициях случайные цвета могут вызвать пестроту, беспокойность и нарушение единства композиции.

Композиции, выполненные в контрастных сочетаниях красного и зеленого, оранжевого и синего, желтого и фиолетового цветов, сами по себе броские, как правило, не используются в сочетании с крупным шрифтом заголовка. Наиболее четко воспринимаются следующие контрастные сочетания: черный – на желтом фоне, зеленый – на белом, красный – на белом, черный – на белом, желтый – на черном.



Цвет оказывает значительное влияние на ощущения пространства, температуры внешней среды и эмоционального состояния. В применении к выставочной деятельности нас интересуют первый и последний параметры.

Красный цвет создает ощущение близости предмета и вызывает беспокойство. Оранжевый цвет также передает ощущение близости, но вызывает воодушевление. Желтый цвет создает ощущение близости и внушает состояние бодрости. Зеленый цвет отдаляет предмет и вызывает спокойствие. Синий и фиолетовый цвета, как и зеленый, отдаляют предметы, но если синий цвет несет успокоение, то фиолетовый вызывает утомление или агрессивность.

Дизайнеры предлагают использовать и такое свойство сочетаний цветов: два контрастных цвета, расположенных рядом, взаимно усиливают друг друга; родственные цвета – ослабляют. Так, зеленый цвет кажется ярче в сочетании с красным.

Формы современной выставки очень разнообразны. Например, выставка-викторина предполагает наличие вопросов викторины и экспозицию литературы, с помощью которой читателю предлагается ответить на вопросы этой викторины. Вопросы должны быть разной категории сложности, учитывающие категорию читателей на которую рассчитана выставка. Должно присутствовать обращение к читателю с приглашением принять участие в викторине. Можно использовать выставку-викторину для рекламы библиотечных услуг:

- указать, что литературу по теме выставки можно получить на дом (где и на каких условиях),

- информировать о наличии сценариев мероприятий по данной теме,
- дать заявки на проведение следующей выставки – викторины и т.д.

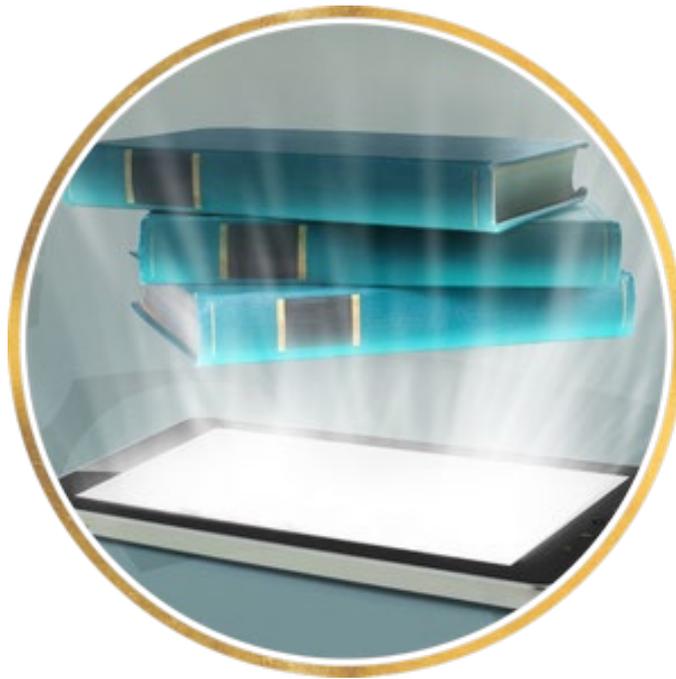
Закончить викторину можно примерным текстом: «Если Вы ответили на все вопросы викторины, то Вы – кладезь познаний, на 10-15 вопросов – знаток литературы, на 5-9 вопросов – запишитесь на абонемент, на 1-4 вопроса – срочно запишитесь в библиотеку, не ответили ни на один вопрос – все равно Вы молодец, потому, что не прошли мимо нашей викторины!».

\* \* \*

*Подытоживая, можно сказать, что грамотная организация библиотечного пространства, умение сделать его умным и комфортным для читателей, дружелюбная атмосфера, расширение внешнего пространства за счет развития виртуальных ресурсов и сервисов поможет сохранить и преумножить привлекательность библиотеки и позволит ей быть востребованной.*

### III. Виртуальное пространство тоже важно

Теоретики библиотечного дела в прошлом рассматривали пространство библиотек лишь в одном, физическом, измерении. Под этим пространством традиционно понимались помещения, дизайн которых должен удовлетворять эстетические и функциональные потребности читателей, места хранения физических носителей информации и служебные зоны. Дизайн библиотек рассматривался как некое оптимальное устройство доступного пространства с целью создания условий комфортного обслуживания читателей.



Со временем понятие пространства видоизменилось и стало отправной точкой в определении библиотечной среды – сложного развивающегося организма, изменения которого обусловлены синергией привычного обслуживания и информационных технологий: устройств мультимедиа, компьютеров и гаджетов. Информационно-телекоммуникационные сети объединяют пространство (здесь понимаемое как место), приборы (технику) и электронные ресурсы (собственные и подписные), являясь, по сути, скелетом библиотечной среды.

Технологии позволили переосмыслить образ библиотечной среды, ориентированной на сохранение и передачу духовно-культурного наследия, а также на удовлетворение потребностей читателей и их информационных нужд [7].

Информатизация позволила выделить в библиотечной среде второй, существующий независимо от материального слоя присутствия библиотеки, виртуальное пространство, позволяющее теоретикам говорить всерьез об отчуждении библиотек от точек обслуживания читателей. Проще говоря,

абонементы и выдача увесистых книжных томов превратились сегодня в виртуальную услугу, доступную в любых гаджетах из любой точки мира.

### *Структура виртуальной библиотечной среды*

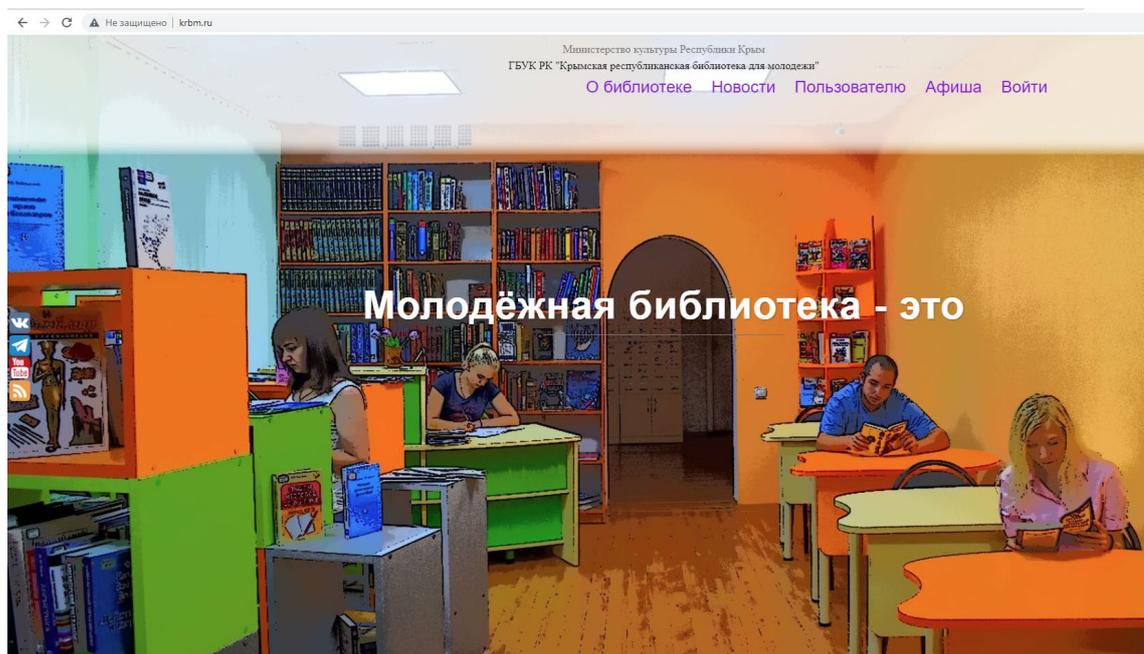
Виртуальное пространство библиотеки включает в себя веб-сайт организации, электронный каталог, подписные книжные ресурсы, а также каналы коммуникации: представительства библиотеки в социальных сетях и мессенджерах, электронная рассылка.

В реальном же пространстве возможности виртуального мира транслируются с помощью средств мультимедиа: проекторов и экранов, компьютеров, иных устройств. Назначение мультимедийных приборов состоит в объединении двух измерений в общую библиотечную среду. Исследователи выделили ряд возможностей, которые дают мультимедийные ресурсы библиотекам:

- осуществление непрерывного музыкального или любого другого аудио сопровождения, соответствующего статичному или динамичному визуальному ряду;
- использование видеофрагментов из фильмов, видеозаписей и т.д., функции стоп-кадра;
- работа с различными приложениями (текстовыми, графическими и звуковыми, картографической информацией);
- возможность создания собственных «галерей» (выборки) из представляемой в продукте информации;
- возможность автоматического просмотра всего содержания продукта (слайд-шоу), или создания анимированного и озвученного «путеводителя-гида» по продукту (говорящей и показывающей инструкции пользователя);
- возможность независимой навигации по информации и выхода в основное меню (укрупненное содержание), на полное оглавление, или вовсе из программы в любой точке продукта.

Но вернемся в мир виртуальный. Веб-сайт библиотеки – главный элемент цифровой среды современной библиотеки, её постоянно обновляемый информационный ресурс. На сайте библиотеки можно найти информацию о современном состоянии и истории библиотеки, режиме работы, просмотреть её электронный каталог, обзоры литературы, рейтинги книг, собственные базы данных и иные информационные продукты библиотеки, читательские отзывы на форумах, библиотечные новости и события, состав работников, контактную и иную информацию.

Сайт библиотеки обычно доступен из браузера со стационарного компьютера, ноутбука, планшета, смартфона, а может быть реализован в виде собственного мобильного приложения.





Министерство культуры Республики Крым



НАШИ УЧРЕДИТЕЛИ



Привет!!! Раз уж ты зашёл на наш сайт, давай познакомимся! Мы – сплоченная команда молодых, профессиональных, инициативных библиотечных специалистов. Пусть тебя не пугает слово «библиотечных», ведь у большинства людей представление о библиотеке сильно устарело и не соответствует действительности. Нет, мы не исключаем, что в некоторых библиотеках может быть скучно, но это явно не про нас.

Во-первых, мы, как и ты, молоды, а значит у нас много общих интересов.

Во-вторых, мы обожаем искусство, у нас постоянно проходят выставки картин молодых художников и творческие вечера.

В-третьих, мы постоянно занимаемся всесторонним саморазвитием: у нас горы разной литературы на любой вкус.

В-четвёртых, мы любим расслабиться, отложить работу в дальний ящик. Если ты понял, о чём речь, приглашаем полежать в гамаке, подремать на диване или поиграть в настольные игры. Да, прямо посреди рабочего дня, если ты не испугался, конечно.

Но в действительности мы и потрудиться не прочь.  
Работать для МОЛОДЕЖИ и ВМЕСТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ – вот наша командная политика и главная стратегия!  
В общем, заходите к нам на огонёк, мы рады каждому!!!  
Хочешь узнать о НАС больше?!!

**НАШИ ПОСЛЕДНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ:**



Историческая викторина (к 350-летию со дня рождения Петра I) «Петр Великий и его наследники»



Весёлые минуты «Игры разных народов»



Игровая программа «Сказочная книгоманья»



Пушкинские чтения (во Дни рождения А.С. Пушкина) «Образ, бережно сохранённый»

Поиск...

- > Крым в один клик (2)
- > Электронные книги (3)
- > Аудиопроекты (2)
- Печатная продукция
- Методозор
- Конкурсы и проекты
- Город смыслов
- Инфо-квиз
- ЭЛЕКТРОННЫЙ КАТАЛОГ
- Электронная доставка документов
- Электронные ресурсы
- Независимая оценка качества услуг
- Отзывы и предложения по улучшению качества услуг организации
- Памятные даты военной истории Отечества. Июнь

## Электронные ресурсы в структуре библиотечной среды

В центре внимания традиционного обслуживания в библиотеках находилась книга – физический носитель информации. Аналогом книги в виртуальном мире стали мультимедийные ресурсы: полнотекстовые информационные базы данных, электронно-библиотечные системы, архивы фото-видеоматериалов, приобретаемые библиотеками вузов для нужд образовательного процесса.

Практика показывает, что электронная форма не заменяет и не вытесняет традиционное обслуживание, а лишь расширяет спектр услуг, которые может получить читатель библиотеки. Средства мультимедиа, напротив, призваны облегчить понимание и лучшему усвоению информации.

Например, на сайте Крымской республиканской библиотеки для молодежи читателям предоставляется возможность читать электронные книги краеведческой тематики. Это полнотекстовая электронная база «Крымская коллекция», в которой собраны оцифрованные книги крымских поэтов и писателей – как начинающих, так и уже известных. Коллекция насчитывает уже 550 книг. Все издания оцифрованы и размещены согласно заключенному договору с автором.

Министерство культуры Республики Крым  
ГБУК РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи»

[На Главную](#)    [О библиотеке](#)    [Новости](#)    [Пользователю](#)    [Афиша](#)    [Войти](#)

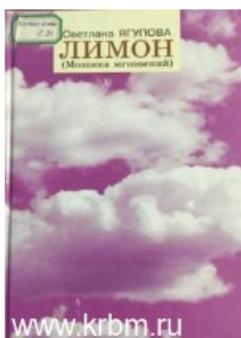
Элеонора Петрова — «Историчес...	Элеонора Петрова — «Крымские ...	Николай Семеновский — «Путеш...
Николай Всеволожский — «Путеш...	Элеонора Петрова — «Павел Ива...	Солдаты Победы
Лидия Огурцова — «Путешествие...	Лидия Огурцова — «Майдан»	Юлдуз — «Прохладный свет лун...

Прослушать свои любимые произведения можно благодаря аудиoproекту «Закрой глаза и наслаждайся...». Цель проекта – стимулирование интересов молодежи к литературе родного края и обеспечение максимальной доступности краеведческих изданий посредством создания аудиозаписей в первую очередь для людей с ограниченными возможностями. Проект носит волонтерский характер. На данный момент аудиoproект насчитывает 11 аудиозаписей книг крымских авторов (регулярность выкладки материалов – 2 аудиозаписи в месяц).

Министерство культуры Республики Крым  
ГБУК РК "Крымская республиканская библиотека для молодежи"

[О библиотеке](#) [Новости](#) [Пользователю](#) [Афиша](#) [Войти](#)

[← На Главную](#)



Светлана Ягулова — Лимон



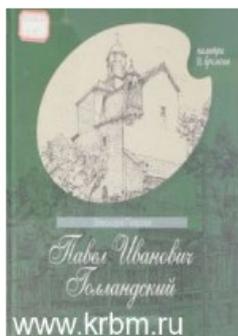
Зенифе Куртиева — Билет длино...



Вера Трифонова — Немного Веры



Элеонора Петрова — «Историчес...



Элеонора Петрова — «Павел Ива...



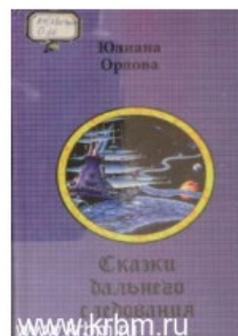
Лидия Огурцова — Соня-первокл...



Лидия Огурцова — Изумрудная с...

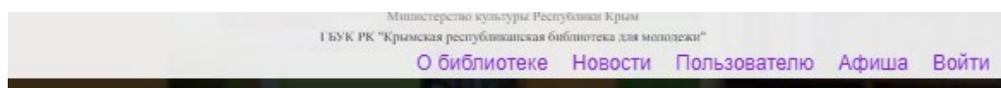


Вячеслав Ложко — Из дневника л...



Юлиана Орлова — Сказки дальне...

Раздел «Золотая полка» – один из подразделов «Электронных книг», который находится на сайте библиотеки и представляет вниманию наших читателей оцифрованные, раритетные издания конца 19-начала 20 веков, представляющих особую ценность для фонда библиотеки.



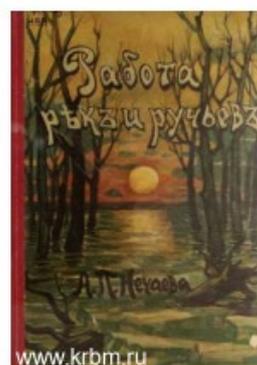
← На Главную



Ильич



Уильям Шекспир — «Король лиръ»



А.П. Нечаева — «Работа рыцки и р...



Н.А. Добролюбовъ



Фр. Энгельс — «Происхождение с...



Библиотечное дъле



Виды Крыма



Сочинения Н.В.Гоголя



Отечественные курорты

Недавним разделом на сайте нашей библиотеки стала коллекция собственных подкастов. Библиотекари сектора искусств подготовили для читателей подкаст об отечественной ретро-музыке. Также данные записи представлены и на аудиохостинге Яндекс.Музыка.



## «За всё спасибо, добрый друг...»

Яндекс Музыка    Главное    Подкасты и книги    Детям    Поток    Коллекция    🔍

ПОДКАСТ  
**Я хочу, чтоб эта песня**

▶ Слушать    4 · Подписаться    ⋮

О ПОДКАСТЕ    **1 ВЫПУСК**

Порядок проигрывания    Сначала новые ▾

Подкаст об отечественной ретро - музыке «Я Хочу, чтоб эта песня...», «За все спасибо, добрый друг...»  
8 июня    ❤️    36:15

### *Перспективы развития виртуального пространства библиотечной среды*

Исследователи видят большие перспективы развития библиотечного пространства в следующих направлениях:

- развитие библиотечных сообществ в социальных сетях и блогах;
- формирование передовой, высокотехнологичной среды библиотек;
- развитие мобильных технологий;
- рост доступности предоставляемых библиотеками услуг;

- развитие библиотечных мультимедийных ресурсов и изданий [15].

Развитие библиотечных сообществ означает привлечение к сотрудничеству маркетологов и комьюнити-менеджеров для создания и поддержания контактов с читателями в виртуальном пространстве библиотек. Для многих библиотекарей эта сфера деятельности новая – сказывается недостаток опыта, который со временем удастся преодолеть.

Формирование передовой среды предполагает, с одной стороны, системную работу по обновлению материально-технической базы, с другой – актуализацию содержания электронных ресурсов, доступных библиотеке.

Мобильные технологии должны привести в библиотеки новых пользователей, а собственные библиотечные ресурсы и издания должны оправдать ожидания аудитории. Какими должны быть эти издания – вопрос пока открытый. Для ответа на него потребуется серьезное изучение читательских пристрастий, привычек и интересов.

Безусловно, роль и значение информационных технологий для современного этапа развития библиотек, в ближайшем будущем будет только возрастать. Бурное развитие информационного пространства требует от библиотечных специалистов ещё и более активного использования IT-технологий. Такая работа помогает раскрыть творческие способности библиотекарей и доставляет радость самовыражения.

#### **IV. Визуальный имидж**

Сегодня библиотечная отрасль активно интегрирует знания других сфер, в частности, имиджологии как научно-прикладной дисциплины, которую образно называют искусством «управлять впечатлением». Имиджмейкеры особое значение уделяют визуальному имиджу организаций, воздействие которого в большей степени направлено не к тем, кто уже является клиентом организации, а к внешней аудитории, которую еще предстоит завоевать, которая зачастую сознательно находится в наблюдательной позиции. В частности, это органы государственного контроля и регулирования, фирмы-конкуренты; органы местной власти; население, проживающее в местах расположения основных производственных и сбытовых подразделений фирмы и др. [13]

В формировании визуального имиджа организации используется определенная технология, основанная, в том числе, на применении визуальных средств: создание фирменной упаковки, оформлении витрин, офисов, выставок, разработке макетов объявлений и др.

В рассмотрении данного вопроса специалисты применяют и другую терминологию, в частности, «носители фирменного стиля», к которым относят архитектурную среду компании (особенности дизайна интерьера, оформление фасада здания, входных групп; ландшафтный дизайн и т.п.), внутренний и внешний дизайн строений, вывески.

Современная библиотека выступает как организация, озабоченная проблемой имиджа, а значит и его визуальной составляющей.

Так, Михаил Юрьевич Матвеев, исследователь имиджа библиотеки как социокультурного феномена, среди его разных компонентов вычленяет «имидж здания» в составе: состояние прилегающей территории, двери и окна, вестибюль, лестницы, каталоги, внутренний двор, оформление кафедр выдачи, наличие статуй или бюстов. При этом поставлена задача: «Необходимо стремиться к тому, чтобы каждая библиотека имела своё «лицо», поскольку только в этом случае можно говорить о создании запоминающегося имиджа» [8].

Например, в работе библиотек окна активно используются как информационное пространство. Окна – прекрасный объект для информационных, рекламных акций. Так в 2020 году в период карантинных мер появился повод, показавший возможности окон как информационной среды – 75-летию Победы в Великой Отечественной войне.



Библиотеки использовали эту возможность на 100%, подошли творчески. Ситуация, сложившаяся в карантинный период, не дала библиотекам в полном объеме использовать ресурсы, но все они в силу своих возможностей выразили своё отношение к знаменательной дате. Для некоторых окна стали «открытием» в информационно-рекламной деятельности, для других – показом всего того, что накоплено в предыдущих акциях.

Библиотеки имеют широкий спектр приемов и средств оформления оконного пространства. Легко заметить, что обозначенная нами тема окон логично вписывается в содержание понятия «визуальный имидж организации», так как связана с оформлением фасада и внешним дизайном строения, и с оформлением витрин (в случае, когда окна рассматриваются как витрины).

При том что в настоящее время здание библиотеки как «осязаемый имидж» рассматривается в контексте внешне библиотечного имиджа библиотеки, конкретно в отношении окон как его элемента говорится очень скупно: «Не сложилось единой точки зрения на оформление окон. Одни рекомендуют использовать плотные шторы, которые «отгораживают» читателя от улицы и создают уют. Другие предпочитают ажурные занавеси, так как они создают впечатление уюта при взгляде с улицы». Следовательно, многие отечественные специалисты по-прежнему назначение окна библиотеки видят только в качестве проема в стене для проникновения света, который неизбежно требует облагораживания в целях «уютности». Даже сегодня, когда теория и практика библиотечного дизайна развивается очень активно, пожалуй, именно окна являются её наиболее «слабым звеном». Дизайнеры считают окна как инструмент для запланированного воздействия. Специалисты отмечают, в частности, такое назначение окон, как придание фасаду здания и внутреннему интерьеру помещения законченный вид, «визуальное общение с улицей».



Позиционировать библиотеку как современную организацию, идущую на открытый внешний контакт с каждым и с миром в целом, поддерживающую традиции своей жизнедеятельности и нашедшую себя в новых реалиях, как учреждение культуры и как современный многофункциональный центр – можно, в том числе, и благодаря грамотному использованию её окон.

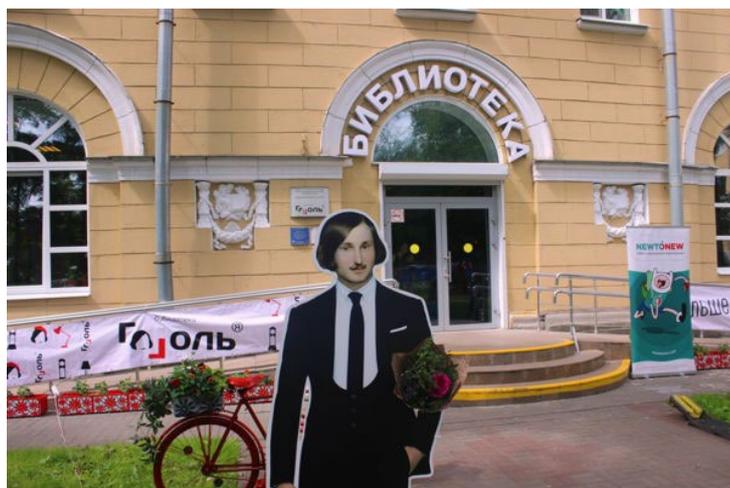
Необходимо вписать библиотеку в городской контекст и учесть потребности населения.

Функционирование библиотеки происходит в пространстве конкретного города, который, является «узлом» конкретного общества, региона. Таким образом, библиотека должна с одной стороны, выражать в себе эту конкретность, а с другой стороны, стать её неотъемлемым содержанием, как смысловым, так и материальным, физическим.

Важно обратить внимание и на то, что находится вокруг библиотеки. Если есть ряд учреждений, которые уже выполняют определенную функцию, библиотеке стоит от неё отказаться, чтобы не дублировать друг друга [6].

Например, прилегающую площадь к библиотеке можно использовать для создания привлекательного внешнего образа. Это могут быть:

- свободные подходы к библиотеке, чистота прилегающей территории;
- видимое и легко узнаваемое название библиотеки и грамотная реклама;
- автомобильная стоянка или навес для велосипедов;
- садик, терраса;
- места для детских игр, малые архитектурные формы;
- система уличных указателей.





Многообразие приведенных принципов организации библиотечного пространства указывает на постоянно развивающийся образ библиотеки, а также на творческий характер разработки организации пространства. Принципы создания библиотечного пространства динамичны и могут быть дополнены как в качественном, так и в количественном отношении.

Требования к оформлению пространства библиотеки учитывают, как результаты исследования потребностей населения, так и концептуальные требования к современному оформлению библиотечного пространства. Чтобы соответствовать идеям пространства получения знаний, пространства самовыражения и коммуникации, площадки реализации всех видов интеллектуального взаимодействия, учреждения, обеспечивающего познавательно-творческую деятельность обслуживаемой аудитории, библиотечное пространство должно поддерживать различные виды деятельности, способствовать самовыражению, не нарушая комфорта остальных пользователей.

## VI. Список литературы

1. Абертяев, И. А. Организация пространства современной общедоступной библиотеки / И. А. Абертяев, С. А. Горячев // Библиотечная орбита : Сб. науч.-метод. материалов. – Хабаровск : РИО ДВГНБ, 2013. – № 22, С. 65-85. – URL : <https://www.fessl.ru/docs-downloads/NMO/nmo-docs/3.%20%D0%90%D0%B1%D0%B5%D1%80%D1%82%D1%8F%D0%B5%D0%B2%20%D0%98.%D0%90.%2C%20%D0%93%D0%BE%D1%80%D1%8F%D1%87%D0%B5%D0%B2%20%D0%A1.%D0%90.%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B8.pdf> (дата обращения: 12.04.2022)
2. Баркова, И. В. «ВикиСибиряДа» феномен нашего времени. Осваиваем интернет-пространство вместе / И. В Баркова. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2018. – № 8. – С. 38-40.
3. Дубинина, О. А. Библиотека в пространстве города. Архитектура и дизайн. От прошлого к будущему / О. А. Дубинина. – М. : Библиомир, 2014. – 160 с. – Текст : непосредственный.
4. Збаровская Н. В. Выставочная деятельность публичных библиотек / Н. В. Збаровская. – Санкт-Петербург : Профессия, 2004. – 224 с. – Текст : непосредственный.
5. Информационное пространство библиотеки : методическое пособие / МУ ЦБС Канавинского р-на, Отдел организационно-методической работы и маркетинга ; [составитель : И. Г. Цой, М. А. Шестова]. – Н. Новгород, 2007. – 14 с. – Текст : непосредственный.
6. Кобелева, Т. В. Как приблизить книгу к человеку / Т. В. Кобелева. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2020. – № 14. – С. 37-39.
7. ЛаЛаЛань : сайт. – URL: <https://lala.lanbook.com/biblioteka-v-dvuh-izmereniyah/> (дата обращения: 20.04.2022). – Текст : электронный.
8. Макаренко, Т. С. Окна библиотек – информационное пространство акций празднования 75-летия Победы / Т. С. Макаренко. – Текст : непосредственный // Молодые в библиотечном деле. – 2020. – № 6. – С. 36-43.
9. Пономарёва, Т. О. Библиотека начинается с улицы / Т. О. Пономарёва. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2020. – № 1. – С. 72-77.

10. Самохина, М. М. Что происходит за воротами / М. М. Самохина. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2014. – № 15. – С. 10-14.
11. Свободный доступ: рекомендации библиотекарям / МУ ЦБС Канавинского района, ЦРДБ им. А. Пешкова ; [составитель И. А. Калинина]. – Н. Новгород, 2011. – 5 с. – Текст : непосредственный.
12. Современная библиотека: от идеи к реализации: методические рекомендации / Иркутская областная государственная научная библиотека им. И. И. Молчанова Сибирского ; [составитель : Ю. А. Ефремова, А. С. Гусева]. – Иркутск: ИОГУНБ, 2020. – 74 с. – Текст : непосредственный.
13. Сокольская, Л. В. Библиотечное ОК'НО – символ и инструмент / Л. В. Сокольская. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2018. – № 3. – С. 25-32.
14. Тельтевская, О. А. Пространство библиотеки как социокультурное явление / О. А. Тельтевская. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2021. – № 03. – С. 2-5.
15. Цифровое пространство библиотеки как среда интеллектуального развития личности : материалы межрегиональной научной практической конференции 22–23 мая 2019 года / М-во культуры и архивного дела Сахалин. обл., Сахалин. обл. универс. науч. б-ка ; [редактор-составитель Д. А. Ускова]. – Южно-Сахалинск, 2019. – 97 с. : ил. – Текст : непосредственный.