

## ИМЯ ПИСАТЕЛЯ КАК БРЕНД БИБЛИОТЕКИ

*Жужгова О.Ф.*

*ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.*

*Державина»*

*info@bibcity.ru*

В настоящее время, увеличивается количество именных библиотек, которые занимаются сохранением и продвижением творческого наследия поэта, писателя. Одной из причин присвоения имени собственному библиотеке является уход от обезличивания. Мысль, что библиотеки должны быть отличимые друг от друга не нова. Сугубо утилитарное представление о библиотеке, как о пункте выдачи книг напрокат осталось в прошлом. В современных реалиях библиотеки развиваются как полноценное культурное и информационно-коммуникационное пространство. Библиотека сегодня – это место для отдыха, передачи опыта и традиций для широкой аудитории.

Присвоение же имени выдающегося земляка помогает создать индивидуальный образ библиотеки и открывает широкие возможности в сфере PR и рекламы библиотечной деятельности. Конечно, персонификация требует дополнительных усилий, создания системы работы по популяризации творчества данного писателя. Поэтому изучение и обобщение опыта работы именных библиотек для последующей выработки рекомендаций по формированию системы популяризации творчества писателя является актуальным.

Привязка к определенной персоне придает деятельности библиотеки осмысление, создает её историю и репутацию, что в свою очередь формирует привлекательный образ у читателя. Имя писателя, отраженное в фирменном стиле библиотеки становится собственной товарной маркой [3].

Данная привязка положительно отражается на качестве предоставления библиотечно-информационных и дополнительных услуг, так как предъявляются особые требования к работе каждого сотрудника и деятельности всей библиотеки в целом.

Писатель и его творчество сегодня становятся брендом многих библиотек, как в России, так и за рубежом. За счет известности имени писателя, который становится брендом библиотеки, библиотека получает узнаваемость в округе, городе, завоевывает доверие пользователя, тем самым расширяя сферу своей деятельности. При выборе имени для библиотеки нужно учитывать разные факторы, например, известность, «раскрученность» и востребованность творчества персоны. Так, многим библиотекам еще в советский период были присвоены имена классиков отечественной литературы – А.С. Пушкина, Н.А. Некрасова, Н.В. Гоголя и др. Существенным фактором является краеведческий аспект, так называемая привязка имени к местности. Практика присвоения библиотекам имен писателей, поэтов, композиторов, прославивших свою малую Родину также имеет многолетнюю традицию.

Так как мы рассматриваем имя писателя как бренд библиотеки, то, в первую очередь, персона должна отражаться в фирменном стиле. Например,

для фирменного стиля библиотеки им. Н.В. Гоголя (Центральная районная библиотека имени Н.В. Гоголя, г. Санкт-Петербург) была выбрана бело-чёрно-красная цветовая гамма, перевёрнутые буквы «Г» с графическим портретом Гоголя в центре. В фирменном стиле выдержаны не только детали интерьера, логотип и сувенирная продукция, но и вся полиграфия библиотеки [3].

Логотип библиотеки несет не только смысловую символическую нагрузку, но и отражает её деятельность, целевую аудиторию и соответствует выбранному образу библиотеки в целом. Единый стиль: логотип, девиз, цветовая гамма и шрифт создают уникальный неповторимый образ, который сразу узнаваем. На основе данных компонентов строится разработка дизайна рекламно-информационных материалов, собственной сувенирной продукции: сайт, социальные сети, визитные карточки, буклеты, презентации, бэйджи, пригласительные билеты, оформление книжных выставок, закладок и т.п. Логотип Гоголевской библиотеки своей лаконичностью удобен для создания разного рода афиш, так как легко встраивается в любую тематику, с ним можно экспериментировать, обыгрывать его, что дает место креативу и созданию нового.

Присвоение имен выдающихся деятелей культуры библиотекам способствует решению следующих задач:

- повышению культурного уровня у подрастающего поколения,
- популяризации творчества писателя или поэта среди населения, в частности подрастающего поколения;
- формированию духовно-нравственных ценностей;
- эстетическому воспитанию граждан Российской Федерации на примере выдающихся деятелей культуры.

Кроме того, присвоение имени библиотеке, с одной стороны, свидетельствует о признании вклада персоны в обществе, и в то же время, как показывает опыт, служит эффективным стимулом для развития новых форм популяризации его творчества.

Брендинг библиотек способствует не только её продвижению, но и является неременным условием для дальнейшего развития и, возможно, существования библиотеки в будущем, так как в обществе остается интерес к жизни выдающихся личностей [1].

Таким образом, грамотное брендинг библиотеки увеличивает лояльность пользователей и сотрудников, а именные библиотеки становятся новыми культурными центрами, новыми точками притяжения, которые по посещаемости и популярности обгоняют многие коворкинги и общественные пространства.

#### **Список использованных источников:**

1. Гришанин Н. В. Брендинг: учеб. пособие / Н. В. Гришанин; Моск. гос. ун-т печати.– М.: МГУП, 2009. – 280 с.
2. Гузнер С. С. Адаптация библиотек: подходы, методы, модели, практика: научно-методическое пособие / С. С. Гузнер, Л. А. Кожевникова, О. В. Макеева. - Москва : Либерея-Бибинформ, 2013. - 159 с.

3. Криворучко М. Будьте узнаваемы! : фирменный стиль библиотеки / М. Криворучко // Библиополе. – 2009.– №4.– С.52-54.