

# «КАК ОФОРМИТЬ СТЕНД В БИБЛИОТЕКЕ»



Привлекательный облик библиотеки создается ее внешним и внутренним дизайном, интерьером, разумным размещением в ее стенах рекламных материалов, помогающих пользователям ориентироваться в библиотечном пространстве, делая его доступным, комфортным.

Среди средств внутренней рекламы самым доступным является стенд.

Стенд – это место (щит, стойка и т.п.), где расположены экспонаты, диаграммы, картограммы и т.п.

**Цель** библиотечного стенда: продвижение к пользователям библиотечных ресурсов, продукции и услуг, трансляция книжной культуры.

Первое, на что падает взгляд пользователя – информационный стенд в библиотеке при входе. Он дает необходимую информацию и одновременно является элементом украшения входной группы.

### **Стенды подразделяются на:**

- Информационные: они обычно расположены при входе в библиотеку.
- Тематические: они посвящены конкретным событиям.

### **Задачи информационного стенда:**

- информирование потенциальных и реальных пользователей о существующих и новых услугах библиотеки, о времени, месте и условиях их предоставления;
- создание благоприятного имиджа библиотеки у населения, администрации, деловых партнеров
- стремление сделать потенциального пользователя постоянным пользователем услуг, ресурсов, продукции библиотеки;
- побудить пользователей к активному сотрудничеству с библиотекой;
- формирование читательских потребностей;
- формирование привлекательного имиджа библиотеки у населения и органов власти.

### **Информация, помещаемая на стенде.**

- сведения об учреждении;
- правила поведения в библиотеке;
- правила получения книг;
- сведения о сопутствующих (в том числе о платных) услугах;
- ответственность за порчу или невозврат книги;
- книжные новинки;
- фотогалереи;
- достижения библиотеки, дипломы, грамоты и т.д.

Как правило, на библиотечных информационных стендах располагают сведения, которые могут понадобиться впервые пришедшему сюда человеку.

Информационный стенд необходим для продвижения библиотечных ресурсов, продукции и услуг, а также трансляции культуры книги и чтения.

### **Требования к содержанию и оформлению библиотечного стенда:**

- полнота представленных сведений;
- актуальность и оригинальность информации;
- целенаправленность, конкретность, доходчивость и логичность размещенного текста;
- художественно-изобразительное решение оформления (шрифты и цвет текстов и полей стенда);
- наличие иллюстративного ряда;
- логичная структура стенда;
- эстетичность;
- соблюдение правовых, юридических и морально-этических норм и правил.

### **Сопутствующие элементы к информационным стендам:**

- символика библиотеки, логотип, слоганы;
- ассортимент рекламных носителей (воблеры, флаеры, флаги; мобайлы; ростовые фигуры; стикеры; баннеры);
- презентационные стойки;
- телеэкран, как навигатор по библиотеке;
- кресло (стул), журнальный столик для знакомства с издательской продукцией библиотеки;
- книжные зоны.

Одна из самых частых ошибок, это неудачное размещение информационных стендов. Например, в темных тамбурах, узких коридорах. Иногда эти стенды находятся за стеллажами или за кафедрой библиотекаря. Необходимо обязательно позаботиться об обеспечении свободного доступа к ним. Не нужно размещать стенды высоко. Зона наибольшей концентрации внимания человека располагается в радиусе 20 см от уровня глаз взрослого человека среднего роста. Соответственно, если стенд в детской библиотеке, необходимо учитывать средний рост подростка. Хорошо оформленный стенд привлекает внимание и нужно рассчитывать на то, что читать информацию

будут одновременно несколько человек. Пространство вокруг должно быть организовано соответствующим образом. Если позволяет помещение, то недалеко от стенда можно разместить столики для рекламной продукции и приглашений, небольшие диванчики и кресла. Неплохо будет смотреться небольшая афишная тумба, для размещения афиш, плакатов, постеров, объявлений. Внешний вид стенда и названия разделов могут входить в фирменный стиль библиотеки, разрабатываемый дизайнером. Если нет финансовой возможности заказать пластиковые стенды с карманами, то можно обратить внимание на более дешёвые варианты: пробковые или магнитно-маркерные. Информационный стенд должен быть оформлен в едином стилевом решении. Очень важно выбрать единый шрифт и цветовое решение. Обязателен выбор размера шрифта удобного для чтения и компьютерный набор информации.

### **Принципы размещения информации на библиотечном стенде.**

При оформлении стенда следует руководствоваться законами зрительного восприятия.

- Закон фигуры и фона.

Суть закона проста – один предмет на стенде всегда будет выделяться на фоне остальных. Такова психология зрительного восприятия, и этот принцип следует использовать для того, чтобы акцентировать внимание читателя на конкретном материале.

Его можно выделить путем использования ярких цветов (рекомендуются красный, желтый, оранжевый оттенки), блестящих или люминесцентных элементов, использования подсветки, размеров информационного носителя или его нестандартной формы.

Сущность этого закона заключается в том, что человеческий глаз в первую очередь видит изображение в центре, и подсознание начинает искать предметы на фоне.

- Закон «мертвой зоны».

Все изображения в нижней части зрительного поля попадают в так называемую «мертвую зону». Наиболее неудачной позицией для размещения информационных материалов считается левый нижний угол – взгляд эту зону практически не «цепляет».

- Закон уровня глаз

Лучше всего внимание человека сконцентрировано на уровне глаз - эту особенность человеческого зрения очень часто используют маркетологи для увеличения продаж в супермаркетах.

Если быть точнее, то зона максимальной концентрации внимания расположена в радиусе 20 сантиметров от уровня глаз взрослого человека среднего роста или ребенка – также среднего роста. Этот фактор нельзя не учитывать, решая, как оформить информационный стенд в библиотеке.

Суть этого закона в том, что человеческому мозгу проще обрабатывать сгруппированную информацию. Поэтому размещайте материалы по тематическим группам.

- Закон переключения внимания.

Человеку необходимо переключать внимание с уже выделенной в зрительном поле фигуры на следующую фигуру на этом же фоне. По этой причине однотипные материалы, даже если они яркие, броские и оригинальные, не стоит размещать в длинную линейку.

Зрительные акценты помогут упростить восприятие, однако здесь главное - не переусердствовать, так как слишком многочисленные и разнообразные формы и цвета произведут обратный эффект, то есть помешают читателю спокойно переключаться с одной информации на другую.

- Закон «7+2»

Ученые утверждают, что объем восприятия человека ограничен 5-7 (максимум – 9) предметами одновременно. Поэтому не располагайте в одном ряду больше 5-7 рекламных материалов.

Определить важнейшие элементы и последовательность психологического воздействия рекламы (информационного библиотечного

стенда) помогает ставшая хрестоматийной формула AIDA, выдвинутая много лет назад американскими специалистами.

При этом:

A—attention (внимание)

I – interest (интерес)

D – desire (желание)

A – activity (активность)

На этих четырех элементах (отечественные психологи дополняют их пятым – мотивацией, о которой речь шла выше) строится эффект любого рекламного сообщения, расположенного в том числе и на библиотечном стенде.

### **Варианты оформления библиотечных стендов.**

Исходя из опыта работы библиотек, наиболее привлекательными для читателей оказываются следующие варианты оформления стендов:

- стеллажная вывеска (обеспечивает быструю и удобную ориентацию читателей и сотрудников среди библиотечных полок).
- стенды-демонстрации (оборудуются карманами, в которых расположена интересная читателю информация – например, о новых книгах, тематические рекомендации, информационные стенды в библиотеке по ЗОЖ и т.д.).
- полезная информация (правила поведения в библиотеке, сведения о сотрудниках – такие стенды оборудованы большим количеством карманов для простоты обновления информации).
- литературный календарь (используется для размещения информации о каком-либо событии – празднике, памятной дате, юбилее поэта или писателя и многого другого).
- стенды «Для юного читателя» (используются яркие контрастные цвета, изображения книжных героев и персонажей мультфильмов для привлечения детского внимания).

### **Шаги создания информационного стенда.**

Создание информационного стенда в библиотеке включает в себя следующие этапы:

- выбор места (стенд располагается в удобном месте, например, при входе в читальный зал);
- определение размеров и формы (может быть стандартной – квадратной, прямоугольной, или нестандартной);
- подготовка макета;
- подбор материалов - текстов и иллюстраций (не рекомендуются длинные и трудночитаемые тексты, лучше максимально использовать наглядные средства);
- выбор цветовой гаммы и шрифта;
- выбор сопутствующей атрибутики;
- оформление;
- фотографирование и публикация фото стенда на официальном сайте учреждения;
- составление паспорта информационного стенда в библиотеке (названия также продумываются заранее);
- подготовка и защита идеи стенда.

Привлекает внимание и название информационного стенда, например, «Библиотека информирует» «Библиоинформация», «На библиотечной орбите», «Библиотечный мир», «Библиотечный перекресток».

Кроме названия на стендах можно использовать слоган. Он придает эмоциональный смысл всей представленной информации, например, «Заходите! Смотрите! Читайте!», «Человек читающий – человек успешный!», «Создай свое будущее – читай!», «Читать – это здорово!», «Читать — это мудро, читать — это модно, читайте повсюду, читайте свободно» и др. Определившись с названием и слоганом и выбрав место для размещения стенда, необходимо продумать его структуру. Нужно подобрать названия разделов и материалы, которые вы будете в них размещать. рекламный лозунг или девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную

формулировку рекламной идеи. Например, в разделе «Только у нас» размещается информация о клубах и кружках, студиях, которые работают при библиотеке. Здесь же можно разместить планы занятий и мероприятий. В разделе «Что принес нам почтальон?» или «Журнальный калейдоскоп» будет представлена информация о периодических изданиях, которые выписывает библиотека. Раздел, где будет представлена информация о новых или интересных книгах из фонда библиотеки советуем назвать: «Внимание! Новая книга», «Для вас новые книжки, девчонки и мальчишки!». План мероприятий на месяц размещается в разделе «Библиоафиша» или «Мы рады встрече с вами». В разделе «Новости» уместно разместить информацию о реализуемых проектах, дипломах, грамотах, благодарностях библиотеке за достигнутые результаты в работе.

Грамотно оформленный стенд, учитывающий все требования и созданный с учетом законов восприятия информации, позволит читателям лучше ориентироваться в пространстве библиотеки и будет способствовать повышению интереса как к представленной литературе, так и к библиотеке в целом.

#### Стенды в вопросах и ответах.

(Источник: БИБЛИОМАНИЯ: Библиотечный блог методиста. Еще раз о стендах: гостевой пост от Избачки. [https://bibliomaniya.blogspot.com/2010/12/blog-post\\_3794.html](https://bibliomaniya.blogspot.com/2010/12/blog-post_3794.html). Автор Ирина Огнева)

#### **1. Сколько нужно стендов в библиотеке?**

Их может быть несколько: в фойе, на абонементе, в читальном зале, в других отделах и функциональных помещениях. У каждого из них свои цели и задачи.

В фойе – наиболее общие сведения о библиотеке: полное название, почтовый и электронный адрес, учредители, руководители, партнеры, миссия,



награды, сведения о регламентирующих документах: Устав, Правила, Прейскуранты на платные услуги ..., по которым работает библиотека. Не стоит помещать полный текст этих документов, достаточно их перечислить и сообщить, где они находятся, к кому обратиться за ними. Здесь же структура библиотеки (библиотечной системы), название отделов (филиалов), чем они могут помочь читателям/пользователям, как их найти, к кому обратиться... Сведения об общебиблиотечных, общерайонных/городских мероприятиях и акциях.

Соответственно, в отделах – более детальные сведения об отделах: о сотрудниках, ресурсах, услугах, мероприятиях, достижениях...

## **2. Где и на чем располагаются стенды?**

Пространственно: ближе к фонду, к выходу, рядом с каталогом, с кафедрой ... Это зависит и от размеров помещения, и от концептуальной идеи. На специальных планшетах, плакатах, выставочных стендах, книжных полках, прямо на стене, с использованием подручных материалов. Бывают весьма оригинальные находки.

## **3. Какие нужны стенды: постоянные или переменные?**

**Констатирующие или навигационные (поясняющие, где, что и как найти)?**

Могут быть и те, и другие. Можно на одном стенде сделать две части.

## **4. Разделы и темы стенда?**

Зависят от того, что мы хотим сообщить читателям/пользователям, что показать, к чему привлечь... Они также могут быть постоянными и сменяемыми на более актуальные.

## **5. Каким должен быть объем текстов, объявлений, сообщений.**

Если информационный стенд – вид рекламы, лучше избегать сложносочиненных предложений в его текстах. Они должны быть краткими, читабельными, т.е. такими, которые можно «схватить» одним взглядом.

## **6. Как будут располагаться тексты, разделы и темы на стенде?**

Можно по принципу книжной страницы: слева-направо, сверху-вниз. Можно - центробежно. В центре - нон-стоппер, какая-то деталь, резко привлекающая внимание: знак вопроса и сам вопрос, фотография, черное пятно... В детских библиотеках для этой цели используются талисманы, литературные герои ..., а дальше, к краям стенда – тексты, раскрывающие смысл нон-стопера. Лучше всего воспринимается текст и картинки, расположенные в правой верхней части: здесь может быть самая главная или срочная информация.

#### **7. Будет ли и, каким образом, использоваться цветовая гамма?**

##### **Какие цвета будут нести основную смысловую нагрузку?**

Обязательно следует уточнить и правильно использовать цветовые сочетания. Здесь же можно продумать какие шрифты могут быть использованы. Лучше, конечно смотрится компьютерная печать, но в зависимости от замысла, можно использовать и эксклюзивные работы художника.

#### **8. Каковы стилевые особенности, язык?**

Многое зависит от местоположения стендов и соответственно, целевого назначения. Официальный текст - деловой стиль и язык. Приглашения на мероприятия – это, естественно, более эмоциональный язык. Могут быть стилевые варианты для детей и подростков, студентов и пенсионеров. Главное, чтобы не было приказного тона, запретительных и карательных обещаний.

#### **9. Будет ли обращение к читателям? Какого рода: приветствие, вопрос, призыв дать оценку, отзыв?**

Обобщенно-персонифицированное: дорогой друг, любезный читатель..., или обобщенно-групповое: уважаемые студенты, пенсионеры...

#### **10. Предполагается ли интерактив?**

Если да, то, как будет осуществляться обратная связь: специальные кармашки для записок, вопросов, цветowych жетонов для голосования; место для записей онлайн, сбор отзывов, контактные каналы связи.

Ответы на эти вопросы у каждого библиотекаря могут быть разными. У каждого могут быть приемы и способы, которые делают информационные стенды по-настоящему эффективно работающими, а не просто набором плакатов, мимо которых читатели проходят, не задерживаясь.

В последнее время в библиотеках стали активно использовать электронные информационные средства: бегущую строку, монитор компьютера.

### Примеры информационных стендов (Источник: Открытые источники Интернет)







Примеры тематических стендов



# Внимание! Внимание!

Приглашаем всех принять участие  
в Неделе подростковой книги  
«С книгой в будущее»  
с 16 по 24 апреля 2015 года

**15 апреля – 10<sup>00</sup>-18<sup>00</sup>**  
«С Днём рождения, библиотека!»  
День открытых дверей

**16 апреля – 12<sup>00</sup>**  
«Степенька начинает в библиотеке...»  
Детская игра-панк

**21 апреля – 10<sup>00</sup>-18<sup>00</sup>**  
«Читай!»  
Миссия «Библиотека!»  
День информации

**22 апреля – 11<sup>00</sup>-14<sup>00</sup>**  
«Изучайтесь: делаем библиотеку»  
Библиотечный десант

**22 апреля – 12<sup>00</sup>**  
«Есть у меня Россия, есть у меня Сибирь»  
Краеведческий час

**22 апреля – 12<sup>00</sup>**  
«900 дней дружбы»  
Патриотический час

**23 апреля – 12<sup>00</sup>**  
«О жизни храма книги»  
Тематический час

**24 апреля – 18<sup>00</sup>-21<sup>00</sup>**  
«Отдыхай вечером в библиотеке»  
Всероссийская социально-культурная акция «Библиомания»

## СДЕЛАЙ ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР В ЖИЗНИ

ТЕЛЕФОН ДОВЕРИЯ  
второй линии МВД России  
в Ростовской области  
8 (863) 249-24-77

Информационный центр  
«Спасение жизни»  
(8 800 2000 122)

ЦЕНН СВОЕ ЖИЗНЬ

### Выбирай истинные ценности

Я ЗА ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

ТВОРИ! ЛОБИ! ЖИВИ!



#### ИСПОЛЬЗОВАНН ЛИТЕРАТУРА:

1. Как оформить информационный стенд в библиотеке. – URL: <http://maksatiha.tverlib.ru/kak-oformit-informacionnyy-stend-v-biblioteke> (дата обращения: 26.04.2022)
2. «Информационный стенд в библиотеке». – URL: <https://www.cultmanager.ru/article/9509-kak-oformitinformatcionnyy-stend-v-biblioteke-21-m02-27> (дата обращения: 26.04.2022)
3. Информационный стенд в библиотеке. Консультация // Составитель: Р.К. Блинова, ведущий методист. – Красноярск, 2021. - URL: [https://kkdb.ru/images/materials/metod/2021\\_metod/Информационный%20стенд%20в%20библиотеке.PDF](https://kkdb.ru/images/materials/metod/2021_metod/Информационный%20стенд%20в%20библиотеке.PDF) (дата обращения: 26.04.2022)
4. Огнева И. Еще раз о стендах: гостевой пост от Избачки. / Библиомания: Библиотечный блог методиста. - URL: [https://bibliomaniya.blogspot.com/2010/12/blog-post\\_3794.html](https://bibliomaniya.blogspot.com/2010/12/blog-post_3794.html). (дата обращения: 26.04.2022)