

Всероссийский конкурс «Оформление библиотечного пространства: идеи и воплощение»

СПб ГБУК «Централизованная библиотечная система  
Красногвардейского района»

Центральная детская библиотека «КиТ»

## **Библиотека «КиТ»: визуализация бренда в пространстве**

Номинация VII. Единое библиотечное пространство, создание собственного стиля в оформлении пространства

Участники: ЦБС Красногвардейского района,  
коллектив Центральной детской библиотеки «КиТ»  
Электронная почта: [cbs.kultura@gmail.com](mailto:cbs.kultura@gmail.com)  
Телефон: +7 (812) 224-33-00

Год создания проекта: 2016  
Год реализации проекта: 2016



Илл. 1. Логотип Библиотеки «КиТ»

В последнее время многие учреждения культуры, в том числе и библиотеки, все активнее используют современные инструменты маркетинга, которые помогают формировать положительное общественное мнение, преодолевать сложившиеся стереотипы и изменять свой имидж к лучшему.

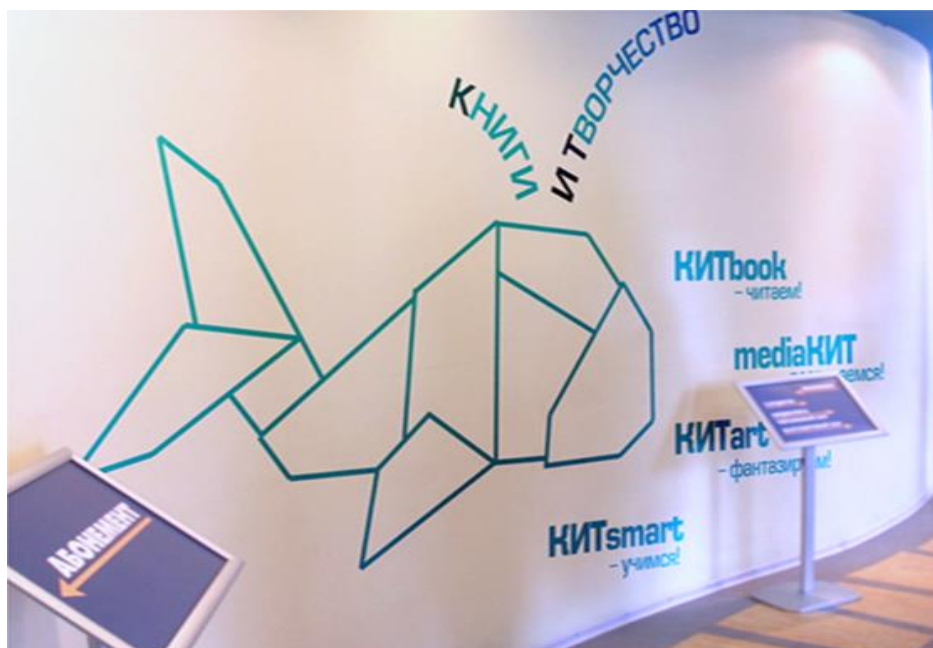
Центральная детская библиотека открылась после реконструкции в 2010 году и представляла собой просто отремонтированные помещения: светлые стены, современные, ничем ни примечательные стеллажи, атмосфера офиса.

Однако существование библиотек, как активных центров культуры и знаний, имеющих авторитет и популярность, невозможно без собственной индивидуальной концепции, выраженной в смысловом и визуальном единстве. Именно поэтому, в 2016 году коллектив Центральной детской библиотеки Красногвардейского района приступил к комплексному переосмыслению своего названия и логотипа. Первоначально целью ребрендинга было стремление стать более привлекательной и узнаваемой площадкой, однако, со сменой имени и логотипа запустился процесс глубокого переосмысления всей проектной деятельности, который привел к смене концепции, и в результате появилось более четкое определение основных направлений работы, каждое из которых получило свое название.

Восприятие современной аудитории, особенно детской, начинается с визуальной идентификации, поэтому работа над фирменным стилем началась с логотипа, который должен был определить ключевые характеристики библиотеки.

Выбор был сделан интуитивно: дизайнером Централизованной библиотечной системы было предложено несколько образов, и почти сразу выбор пал на изображение кита, выполненного в технике оригами. Сразу же родилась расшифровка: «КИТ – книги и творчество», таким образом, была снята проблема названия, Центральная детская библиотека получила новое имя – «Библиотека «КиТ». Это название лаконично и очень точно описывало парадигму деятельности библиотеки – создание условий для развития и самореализации личности ребенка в информационной и творческой среде.

Было выбрано несколько цветовых вариантов логотипа с использованием приглушенных тонов синего, голубого, сиреневого и серого цвета, пятым цветом стал – белый, цвет бумаги. Эта спокойная и приятная для глаз гамма хорошо сочетается с уже имеющимся дизайном помещений, и, помимо эстетической составляющей, несет в себе дополнительный смысл. Согласно теории восприятия цвета голубой – цвет разума и чистоты, синий создает атмосферу лаконичности и строгости, и при этом дает ощущение спокойствия и доверия; фиолетовый цвет связан с артистизмом, он способствует вдохновению, серый ассоциируется с интеллектом и безопасностью, белый – цвет чистоты, свободы и возможностей. Оригами, в технике которого, выполнена фигура кита, также не является случайной эмблемой. Оригами – занятие интеллектуальное, оно развивает мелкую моторику, внимательность, аккуратность, логику. Это древнее искусство считается символом лаконичности и многообразия, единства и множества, ведь из одного листа бумаги можно получить бесконечное разнообразие форм. Подобным образом, используя вариативность и многокомпонентность, Библиотека «КиТ» создает среду для реализации заложенных возможностей в каждом.



Илл. 2. Библиотека «КиТ». Входная зона

Кит встречает гостей при входе в библиотеку и сразу задает координаты деятельности библиотеки, которая представлена следующими направлениями:

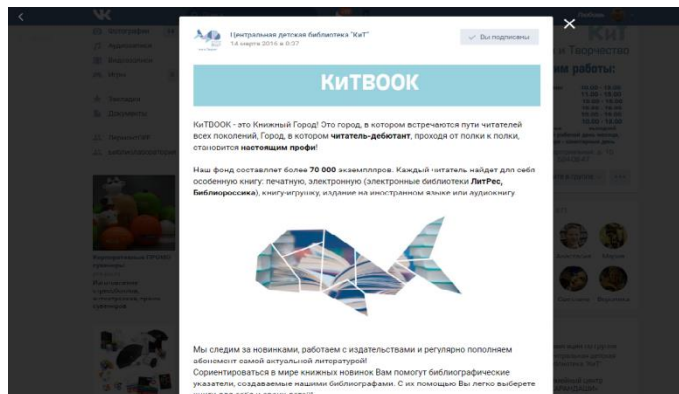
- КИТbook
- КИТart
- КИТsmart
- mediaКИТ

Таким образом, новое имя и логотип библиотеки послужили импульсом для перезапуска всей проектной деятельности, из названия и его расшифровки родилось

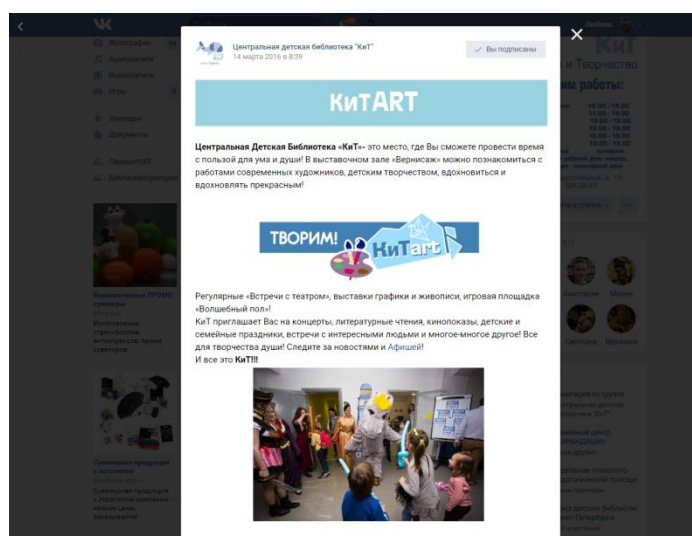
четыре направления-вектора. Теперь все мероприятия, проходящие в библиотеке, сориентированы на эти четыре направления и маркированы в соответствии с ними. Сетка мероприятий приобрела четкую осмысленную структуру, помогающую читателю легче ориентироваться в, бывшей до этого пестрой и хаотичной, ежемесячной афише.

КИТbook – одно из основных направлений, оно является отражением первого слова зашифрованного в аббревиатуре названия библиотеки «Книги и Творчество». Этот проект представляет книгу и чтение в качестве главных аспектов работы библиотеки, его цель создание культурного диалога вокруг книги. В проект КИТbook входят все мероприятия, связанные с книгой: от книжно-иллюстративных выставок до встреч с писателями, от изучения технического процесса создания книги до театрализованного чтения. КИТbook – это еще и книжный город, в котором встречаются пути читателей различных поколений, город, в котором читатель-новичок под незаметным и ненавязчивым руководством становится настоящим профи. КиТbook является связующим элементом проекта, начиная с идеи, и, заканчивая оформлением афиш событий, проходящих в рамках проекта, стеллажей и книжных выставок.

КИТart – второе лидирующее направление, «творчество» входит в название библиотеки «КиТ» наравне с «книгой». Сверхзадача этого проекта вдохновлять и вдохновляться, его миссия – формирование творческого развития личности при помощи искусства и в искусстве. В рамках КИТarta проходят регулярные встречи с театром, художественные и прикладные мастер-классы и выставки, функционирует проект «Волшебный пол».



Илл. 3. Пост ВКонтакте о проекте КиТВООК



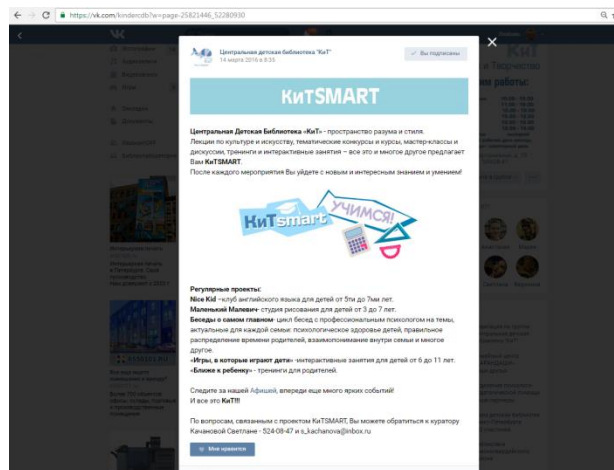
Илл. 4. Пост ВКонтакте о проекте КиТART

КИТsmart – это интеллектуальное творчество. Любое мероприятие в рамках КИТsmarta направлено на передачу новых, интересных, оригинальных и нужных навыков, полезных знаний и умений, еще одной важной задачей КИТsmart'a является сплочение детей и их родителей. Сейчас в Библиотеке «КиТ» открыта серия смарт-программ для детей и взрослых, например, развивающие занятия английского языка «Nice Kid», тренинги «Дети, которые играют в игры», студия «Родители знают все» и цикл психологических тренингов «Ближе к ребенку», а также проект «Своими руками» – мастер-классы для всей семьи.

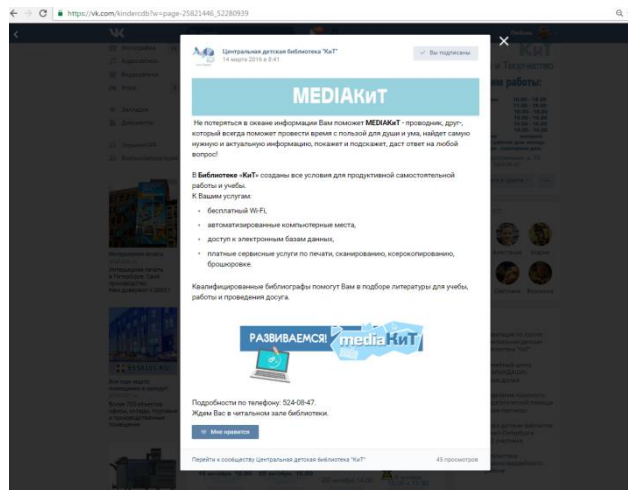
MediaКИТ – это друг, помощник в океане информации, он всегда поможет, подскажет и сориентирует. MediaКИТ – это активная образовательная среда, использующая современные технологии и методики: видеолекции, удаленный контроль знаний, интерактивные задания. В рамках mediaКИТа разрабатывается проект «Библиосариум», который предоставит читателям доступ к качественным образовательным и развивающим проектам.

Представленные четыре направления работы формируют два основных вектора: первый – вокруг книги, информации и знаний – представленный проектами КИТbook и mediaКИТ; второй – вокруг творчества – КИТart и КИТsmart, в соответствии с этими векторами-координатами формируется понятная читателям сетка мероприятий.

Ребрендинг запустил процесс концептуального обновления всей проектной деятельности библиотеки «КиТ», изменился и способ подачи информации в смысловом и визуальном плане, что позволяет говорить о смене всей маркетинговой стратегии: от планирования мероприятий, до способа оповещения о них. А новое имя и логотип, составляющие вместе с ассоциациями, бренд библиотеки, достаточно полно отражают ее современную концепцию, дают представление об основных идеях.



Илл. 5. Пост ВКонтакте о проекте КИТSMART



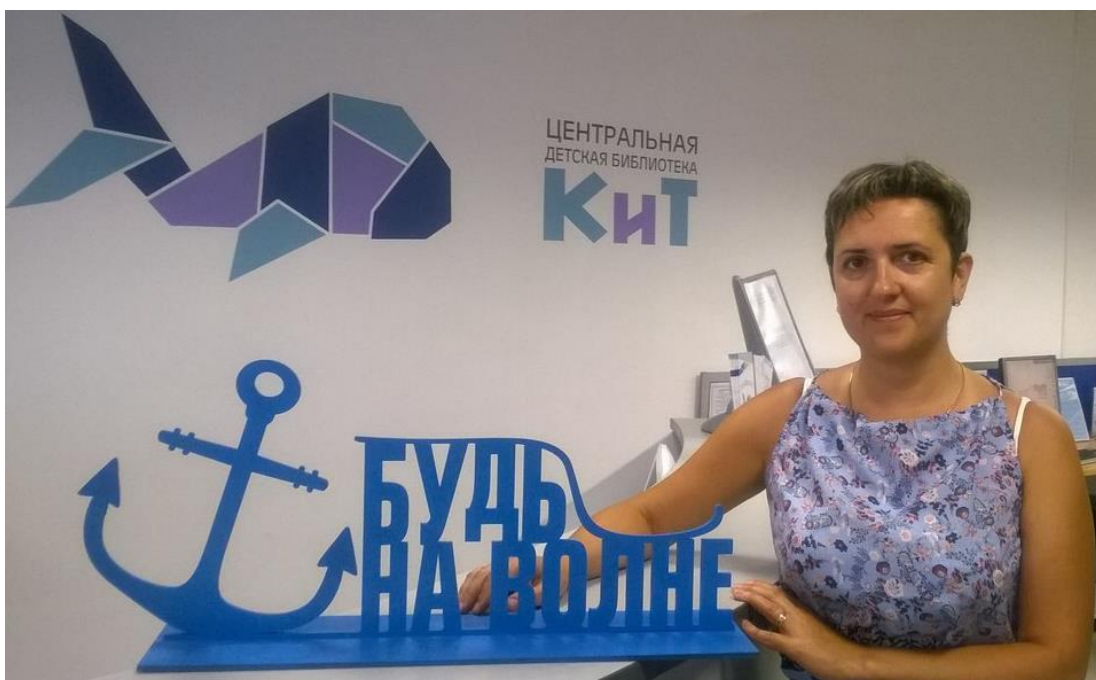
Илл. 6. Пост ВКонтакте о проекте MEDIAКИТ

Визуальным воплощением функции библиотеки как проводника в мире информации, в том числе и книжном, является маяк, изображенный на одной из стен холла. Являясь элементом дизайна стен, он поддерживает морскую тематику, кит ведь морское животное, однако, его функции не сводятся лишь к декоративной, на маяк ежедневно помещается самая актуальная информация – афиши и объявления, которые невозможно пропустить.

Морскую линию поддерживает и слоган библиотеки «Будь на волне!». Это и девиз библиотеки, которая стремится соответствовать требованиям времени, быть открытой, интерактивной площадкой. «Будь на волне!» – это и обращение библиотеки к читателю, создающей условия для того, чтобы каждый был «на волне». Желание быть «на одной волне» с читателем отражает новый стиль коммуникации «библиотека – читатель».



Илл. 7. Информационный маяк



Илл. 8. Визуализация слогана

«Информационный маяк», панно «Библиотека КиТ и ее проекты» во входной зоне, киты-логотипы, помещенные на стенах в разных частях библиотеки – создают дружелюбную и психологически комфортную среду. Все эти элементы не только маркируют определенным образом пространство, но и создают уникальную атмосферу библиотеки, «работают» на нее.

Для внедрения бренда были использованы классические формы позиционирования: единая стилистика оформления афиш и полиграфической продукции, надстеллажных надписей, информационных стендов и навигации по библиотеке. Сразу после ребрендинга был выпущен буклет, оформленный в новом фирменном стиле, он дал читателем установочную информацию о новом названии библиотеки и ее основных проектах.

7



Илл. 9. Информационные буклеты, представляющие новые направления работы

Одновременно с фирменным буклетом была выпущена серия закладок с логотипами-китами и лаконичным перечислением основных направлений работы.



Илл. 10. Информационный стенд-комикс  
«Что может Кит в библиотеке?»

Все афиши библиотеки, как распечатанные на бумаге и помещенные в пространстве библиотеки, так и те, что размещаются на сайте ЦБС и в социальной сети Вконтакте, имеют единый стиль оформления: рамка-паттерн из сложенных листов оригами светло-голубого цвета, стандартный набор шрифтов, цветовая гамма из бренд-бука, обязательно логотип и название библиотеки. Единый стиль оформления афиш помог избежать пестроты, которая так характерна библиотечным информационным стендам, а благодаря грамотному распределению акцентов информация легко считывается.

В интернете такие афиши не потеряются в лавине информации, так как сразу идентифицируются читателем, как анонсы именно Библиотеки «КиТ». Тоже относится и к бумажным афишам помещенных на площадках информационных партнеров или в других библиотеках нашей централизованной библиотечной системы, видя сине-сиреневого кита и афишу в фирменной гамме, читатель сразу может отличить ее от других.



Логотип Центральной детской библиотеки «КиТ» используется на странице библиотеки на сайте ЦБС Красногвардейского района и на собственной странице в социальной сети Вконтакте.

«Аватар» официальной группы в социальной сети Вконтакте (<https://vk.com/kindercdb>) также выполнен в фирменном стиле и несет информацию, за которой чаще всего обращаются пользователи: часы работы, адрес, контактный телефон. В узнаваемом индивидуальном стиле выполнено и интерактивное меню группы, в котором представлена афиша и основные направления работы. Все посты группы также делаются в едином стиле с использованием логотипа-кита.

В современной теории маркетинга бренд рассматривается не только в качестве инструмента рынка, но еще и как фактор, мотивирующий сотрудников. Именно так произошло в нашей Центральной детской библиотеке «КиТ»: с появлением кита сложенного из одного единственного листа бумаги, у нас появилось множество идей, которые в итоге привели к полному переосмыслению всех направлений работы.



Книги и Творчество

### Режим работы:

|  |               |
|--|---------------|
| Понедельник  | 10.00 - 19.00 |
| Вторник  | 11.00 - 19.00 |
| Среда  | 10.00 - 19.00 |
| Четверг  | 10.00 - 19.00 |
| Пятница  | 10.00 - 19.00 |
| Суббота  | 10.00 - 18.00 |
| Воскресенье  | выходной      |
| последний рабочий день месяца,<br>31 декабря - санитарный день |               |

пр. Индустриальный, д. 15  
524-08-47

Илл. 11. Аватар в социальной сети ВКонтакте



Илл. 12. Интерактивное меню официальной группы в социальной сети ВКонтакте

В классическом варианте целью брендинга является создание продаваемого имиджа, библиотека, как известно, ничего не продает, но лишь предлагает возможности и, выражаясь языком PR, продвигает свои услуги. Основываясь на своем опыте работы, мы можем с уверенностью говорить: осмысленный бренд создает «продвигающий» имидж библиотеки, увеличивая ежедневный поток посетителей on-line и off-line. А системный подход к оформлению всех визуальных помогает выделиться в потоке информации и наладить эффективную коммуникацию с читателями.