

І. В. Гуркаленко, завідувачка бібліотеки СШ № 75, м. Харків

РЕКЛАМА КНИГИ Й БІБЛІОТЕКИ — СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ЧИТАННЯ

Бібліотечна реклама — це реклама бібліотечних ресурсів, послуг і продукції, здійснювана бібліотекою, комплекс заходів і засобів, які впливають на споживача інформації в бажаному для бібліотеки напрямку.



■ Книжкова інсталяція до Нового року

Ще не так давно поняття «бібліотечна реклама» в бібліотечній справі не існувало, бібліотеки займалися переважно пропагуванням книги та читання. Але, зі зміною часу, впровадженням у життя новітніх технологій кожна велика бібліотека вважає необхідним використовувати можливості рекламних технологій з метою привернути увагу до послуг бібліотеки та її інтелектуальної продукції.

Першочерговим завданням бібліотечної реклами є створення привабливого іміджу бібліотеки, який впливає на залучення значної кількості користувачів. Імідж бібліотеки — це загальне уявлення про бібліотеку, яке залежить від щоденної праці та формується роками. Його формують не тільки змістовна робота з користувачами, якісний бібліотечний фонд, а й тісна співпраця із засобами масової інформації, громадськістю, різними організаціями та установами, причетними до роботи з дітьми.

Важлива складова іміджу бібліотеки — це дизайн, зовнішній вигляд приміщення. Облаштовувати та поновлювати інтер'єр приміщень бібліотек сьогодні, в умовах економічної нестабільності, не так уже й легко.

Обласні й навіть районні бібліотеки мають більше можливостей порівняно зі скромнішими можливостями шкільних бібліотек.

Яскраві зручні меблі, сучасний дизайн приміщення — про це ми можемо лише мріяти. Але ми можемо використовувати інтелектуальний потенціал своїх читачів та досягти мети — підвищення популярності бібліотеки і попит на її ресурси та послуги — іншими засобами.

Ідею реклами бібліотеки подали нам самі читачі. Це сталося під час обговорення з третьокласниками сучасних професій. Як обізнані діти, вони вважали, що працювати у сфері реклами цікаво й престижно, а правильна і красива реклама допомагає продати товар, так чому ж не використати рекламу на користь бібліотеки.

Працівники бібліотеки запропонували створити своє рекламне агентство з метою пропагування читання та бібліотек. Так з'явився наш «КРА-БіК», або «Креативне рекламне агентство — Бібліотека і Книга». Перші учасники нашого агентства розподілили обов'язки, запропонували формат реклами, самі придумали текст перших рекламних листівок, продумали дизайн у вигляді міні-книжечок з веселими смайликами, роздавали свою рекламну продукцію у школі.

Приклад творчості наших активістів:

Приходи в бібліотеку —
Знають там про все на свете.
Здесь найдешь себе друзей,
Приходи сюда скорей.

В библиотеке правила простые —
Не прыгать, не плясать.

Приходи в бібліотеку —
И научишься читать.

Приходи в бібліотеку,
Ты найдешь здесь картотеку,
Ну, и много словарей,
И, конечно же, друзей.

Приходи в бібліотеку!
И узнаешь обо всем.
Приходи в бібліотеку!
Мы все вместе тебя ждем.

Зміст цих віршів дуже простий, але важливим є те, що діти в кожному з них запрошували відвідати бібліотеку, вони розуміли її переваги як місця, де можна «знайти друзів», «дізнатися про все на світі», навіть використали слово «картотека». Цікаво, що такий спосіб запропонували самі діти, і це наочно показує, як вони змінилися, тому зміни потрібні й у бібліотеці. За короткий час після початку нашої рекламної акції відвідуваність на диво збільшилася. До того ж, коли всі старшокласники, які заходили в бібліотеку, отримували листівку, їх дивувало, що молодші учні використовують такі сучасні форми роботи. Вони надавали поради та з інтересом поставилися до наших вигадок.

Серед загальних вимог до рекламної інформації варто виділити:

- ✗ об'єктивність;
- ✗ доступність сприйняття;
- ✗ достатність;
- ✗ чіткість, виразність.

Цього ж навчального року ми обрали емблему нашої шкільної бібліотеки — сову Читайлика та створили слоган: «Спорт тренує тіло, а книга — розум. Знайди свою гармонію!»

Ми зрозуміли, що якщо шкільна бібліотека має обмежені матеріально-технічні можливості, то віртуальні рекламні ресурси обмежити ми можемо лише самі. Веб-сайт бібліотеки є засобом реклами тому, що це важливе джерело розповсюдження інформації про діяльність бібліотеки та одночасно об'єкт реклами. Досвід свідчить, що створення веб-сайтів незмірно підвищує престиж бібліотеки — адже інформація про бібліотеку потрапляє у всесвітню мережу.

Розширюється число її реальних та потенційних користувачів.

У 2015/16 навчальному році ми створили окремий самостійний сайт шкільної бібліотеки (<http://sch75lib.wixsite.com/home>) на web-платформі Wix, за який отримали Диплом II ступеня обласного фестивалю-огляду освітніх Інтернет-ресурсів. Тоді ми відчували, які нові можливості у сфері реклами бібліотеки та її послуг надають нам нові технології.

Ми свідомо обрали дизайн свого сайту в сучасному стриманому форматі, не перевантаженому штучними декоративними елементами, щоб створити первинне уявлення про стиль роботи й, відповідно, образ нашої бібліотеки.

Всі основні елементи ми розмістили на головній сторінці — це символ бібліотеки, слоган, стрічка новин та ілюстративний ряд, який забезпечує віртуальне відображення динамічного життя бібліотеки. Про існування сайту бібліотеки повинно знати якомога більше учнів, батьків та вчителів, тому ми розповсюджуємо інформацію про нього всіма доступними засобами. Наприклад, пропонуємо відвідувачам інформацію про бібліотеку й сайт у вигляді візитки.

До того ж, за допомогою сайту бібліотека отримує дійовий канал «Зворотного зв'язку»: для цього існують рубрики «Гостьова книга», «Віртуальна довідка», де можна висловити свої пропозиції та зауваження про роботу бібліотеки, її заходи, а також залишити запит.

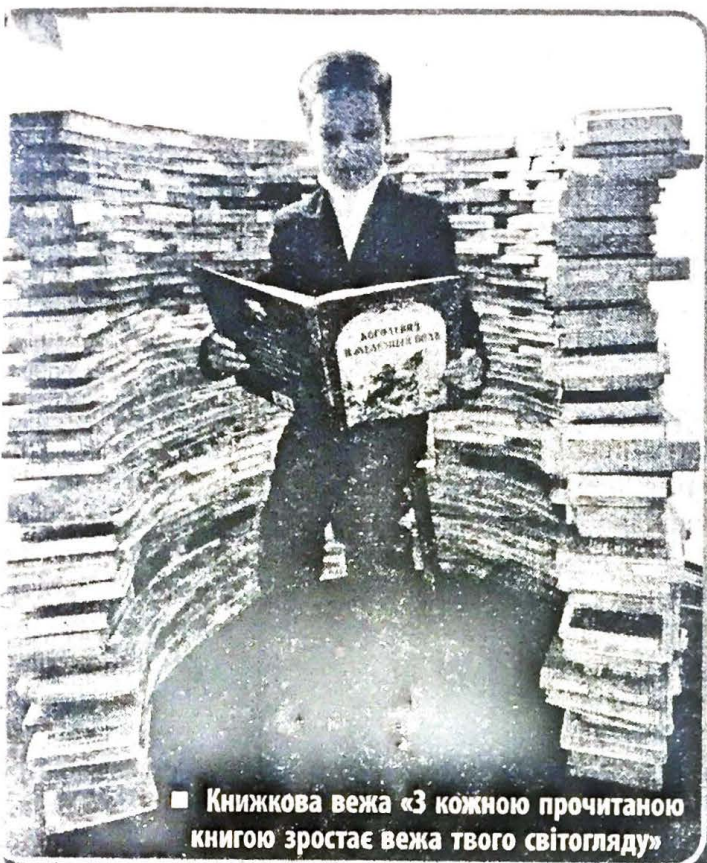
Рекламні мети також служать сторінки з інформацією про нові надходження, ресурси медіатеки.

Для рекламування читання й книги ми використовуємо будь-які приводи (День художника України, Всесвітній день мультфільму), а також різні віртуальні заходи: віртуальні книжкові та тематичні виставки, віртуальні екскурсії, віртуальні рекомендовані списки літератури, відеогалереї, відеоподорожі, буктрейлери.

На своєму сайті на сторінці «Реклама бібліотеки» ми пропонуємо всім охочим узяти участь у рекламних акціях або запропонувати свій проект.

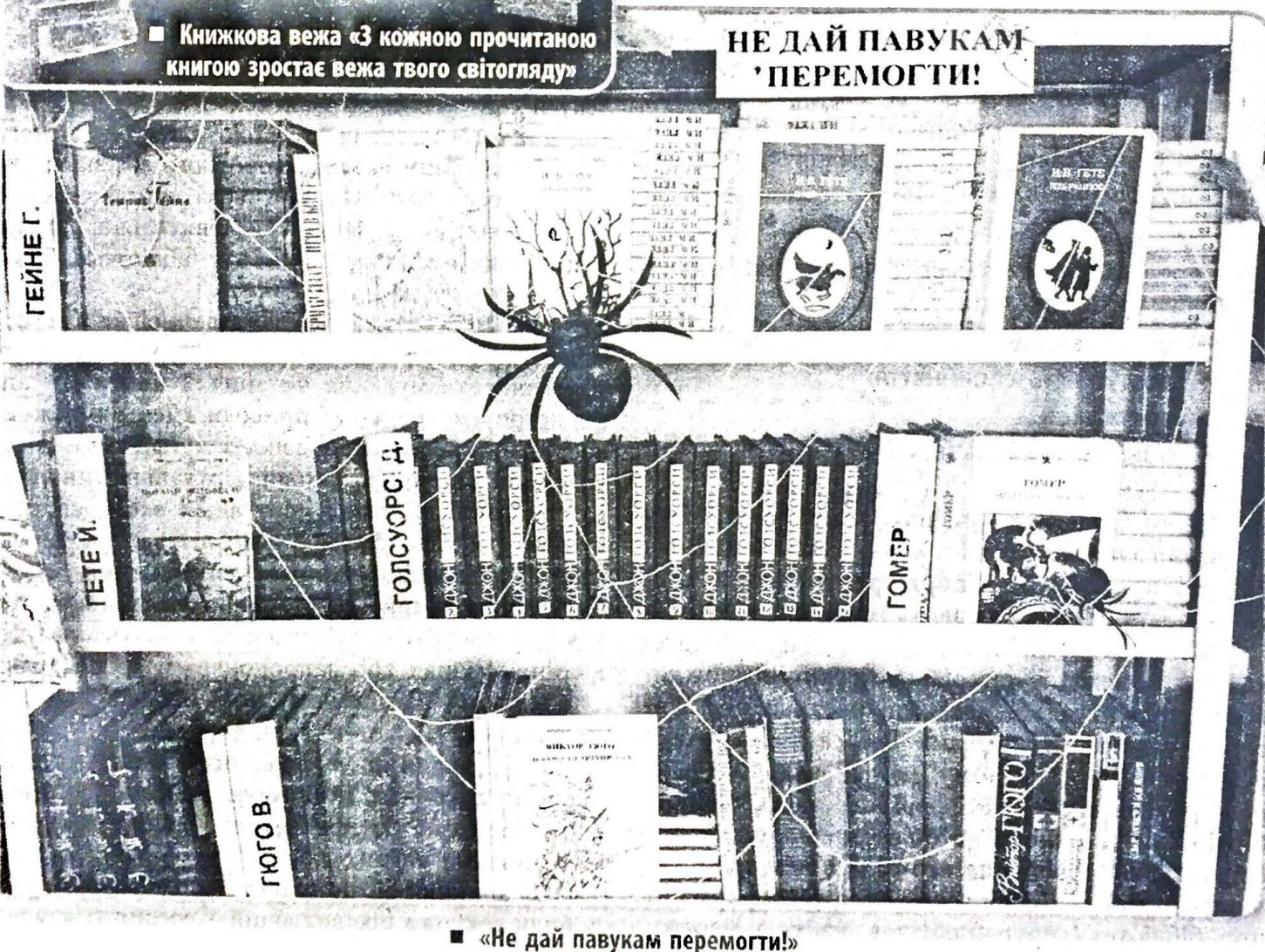
У цьому навчальному році під час місячника шкільних бібліотек, який проходив під гаслом «Книга і читання — важливий чинник у вихованні духовних цінностей учнів», ми цілий тиждень повністю присвятили рекламі шкільної бібліотеки та книги.

Працівники бібліотеки спільно з активом розробили декілька цікавих акцій. Середня та старша



школа брала участь у конкурсах стіннівок, плакатів, слоганів, присвячених читанню та бібліотеці, а також у бліцопитуванні «Поради читача читачу». Серед учнів початкової школи проводили конкурс найкращих цікавих закладок і саморобних книжок.

Для всіх відвідувачів бібліотеки спільно з активом проводили гру-конкурс «Читач у книгах», яка перетворилася на повноцінну рекламну акцію. Вона складалася з кількох етапів. На I етапі читач мав можливість зробити фото або селфі з нашими арт-об'єктами. Це книжкова вежа зі слоганом «З кожною прочитаною книгою зростає вежа твого світогляду» та «Книгозріст» (вимірювач зросту) зі слоганом «Зріст справжнього читача вимірюється у прочитаних книгах». Також привертати увагу декорації павутиння на стелажах під гаслом «Не дай павукам перемогти!».



■ «Не дай павукам перемогти!»

На II етапі читач обов'язково мав обрати книгу для читання або за порадою читача читачу, або на спеціально розкладеному книжковому розвалі.

Декоративною дошкою для підсумків нашого бліщопитування «Поради читача читачу» стало старе піаніно. Саме на ньому на різнокольорових паперових стікерах розмістили поради наші читачі.

Учні школи та навіть учителі прийшли в захват від нового обліку добре всім відомої шкільної бібліотеки. Наша книжкова вежа сподобалася учням початкової школи як цікаве місце для читання, а старшокласники позували біля нашого «Книгозросту». Взагалі цей тиждень відзначився веселим спілкуванням та гарною книговидачею.

З кращим слоганом «Бібліотека школи № 75 — лучшее место, чтобы почитать» перемогли учні 7-Б класу.

Підсумком нашої акції став запис рекламної пісні про бібліотеку, яку створили працівники бібліотеки спільно з волонтерами. Її можна прослухати на сайті шкільної бібліотеки в рубриці «Реклама».

Нову інсталяцію в бібліотеці до Нового року — гарну новорічну ялинку з книжок — створили учні 10-го класу.

Ми побачили значне підвищення інтересу до бібліотеки серед учнів школи. Нам приємно чути відгуки дітей: «У нас раніше ніколи такого не було!», «Давайте ще щось вигадємо!», а найголовніше: «Чим вам допомогти?»

ДЖЕРЕЛА

1. «Давайте розповімо про себе: рекламна діяльність публічної бібліотеки»: метод.-практ. реком. / упр. культури, туризму і курортів Хмельниць. облдержадмін.; Хмельниць. ОУНБ ім. М. Островського. — Хмельницький, 2012. — 40 с.
2. PRO CAPTU LECTORIS HABENT SUA FATA LIBELLI, або Про долю книг, читача і бібліотек у XXI сторіччі: Бібліотечні діалоги [Електрон. ресурс]. — Електронні дані. — Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/10766>
3. Світовий конгрес українців. Шкільна бібліотека [Електрон. ресурс]. — Електронні дані. — Режим доступу: <http://www.ukrainianworldcongress.net/php/id/inner/true/lang/ua>
4. Формування бібліотечного фонду. Маркетинговий підхід: доповідь [Електрон. ресурс]. — Електронні дані. — Режим доступу: http://cgntb.dp.ua/menu_205.html

**Бажаєте мати доступ
до величезної кількості
якісних матеріалів
для роботи?**

**Придбайте квиток
Методичного банку!**



**60 тисяч статей
з усіх шкільних
предметів, яких
щомісяця стає
більше!**

Треба лише
оформити
абонентський квиток!



Це доволі просто:

1. Зареєструйтеся або використайте логін та пароль сайту <http://osnova.com.ua>
2. Оберіть предмет та бажаний період користування.
3. Сплатіть у зручний для вас спосіб та надішліть копію квитанції на електронну адресу: site@osnova.com.ua
4. Після перевірки банківських даних, ми одразу оформимо вам квиток. З того моменту зможете користуватися БАНКОМ.



VISA

Вартість абонентського квитка

1 міс.	3 міс.	6 міс.	12 міс.
50	120	180	360

**Обирайте Методичний банк
та забудьте про дефіцит
методичної літератури!**

Технічна підтримка:

☎ (057) 731-96-34, ✉ site@osnova.com.ua

ОСНОВА