

Донецька обласна універсальна наукова бібліотека
ім. Н.К. Крупської
Відділ науково-методичної роботи
і соціологічних досліджень

Рекламно-іміджева діяльність бібліотек області

*(Інформаційна довідка за матеріалами
звітів 2005 р.)*

Донецьк 2006

ББК 78.34(4УКР-4ДОН)к94
Р 36

Рекламно-іміджева діяльність бібліотек області: Інформ. довідка за матеріалами звітів 2005 р. / Донец. обл. універс. наук. б-ка ім. Н.К. Крупської; Уклад. Н.П. Супрунець. – Донецьк: Схід. вид. дім, 2006. – 24 с.

Укладач:	Н.П. Супрунець
Редактор:	О.В. Рязанцева
Відповідальний за випуск:	Н.П. Авдєєнко
Комп'ютерний набір:	В.І. Копійка

© Донецька ОУНБ
ім. Н.К. Крупської, 2006 р.

У житті сучасної людини реклама посідає значне місце. Вона допомагає орієнтуватися в пошуках роботи, при організації дозвілля, придбанні товарів, фактично, стає частиною нашого повсякденного життя, елементом виробничої діяльності.

В останні роки реклама органічно увійшла в життя бібліотеки та її читачів. Сьогодні вона виступає як один із найбільш дієвих інструментів маркетингу в популяризації можливостей та послуг бібліотеки, сприяє створенню позитивного іміджу бібліотечного закладу, просуванню до населення бібліотечно-інформаційних ресурсів.

Фахівці визначають бібліотечну іміджеву рекламу не як комерційну, а як соціальну, оскільки вона сприяє не комерційним угодам, а розповсюдженню загальнозначущих ідей, громадських цінностей, спрямована на досягнення соціальних, просвітницьких, виховних суспільних цілей.

Бібліотеками області накопичений чималий досвід рекламної діяльності, який знайшов відображення у звітах роботи міських та районних ЦБС за 2005 р., що взяті до огляду.

Знайомство зі звітами ЦБС області дозволило окреслити основні етапи рекламної діяльності:

- вивчення громадської думки щодо місця і ролі бібліотек в суспільстві, потреб у рекламно-бібліографічній продукції;
- визначення цільової аудиторії, створення програми рекламної діяльності на означений період;
- оптимальне планування рекламної діяльності в цілому і роботи кожного з членів колективу;
- вибір рекламних засобів;
- проведення рекламних заходів відповідно до програми і планів;
- підбиття підсумків рекламного процесу, встановлення його результативності, ефективності.

Різнманітними є форми та засоби реклами, які застосовують бібліотеки:

- масові рекламні кампанії під час святкування Всеукраїнського дня бібліотек, дня міста, села;
- благодійні акції;
- друкована реклама;
- реклама в ЗМІ та Інтернеті;

- внутрішня реклама;
- популяризація можливостей бібліотек на масових заходах, засіданнях клубів за інтересами.

Прикметою нашого часу є прагнення бібліотек до організації бібліотечного обслуговування залежно від потреб місцевого населення. Для досягнення цієї мети проводяться соціологічні, маркетингові дослідження, спрямовані на вивчення мотивації, потреби відвідування бібліотек, виявлення пріоритетних груп користувачів та їх уподобань у виборі тих чи інших бібліотечних послуг.

Так, у Макіївській міській ЦБС проведено такі дослідження: “Люди і місто”, “Освіта. Професія. Престиж”, “Сім’я і батьки очима дитини”.

Дослідження “Люди і місто” проводилося з метою удосконалення роботи центрів інформації з питань місцевого самоврядування, з’ясування найбільш зручних та ефективних засобів передачі цієї інформації від бібліотеки користувачу, одержання від читачів даних щодо тем інформування. Крім того, бібліотеки провели ряд міні-опитувань, анкетувань: “Бібліотека в моєму житті”, “Читання в житті сучасних підлітків” та ін.

З метою вивчення потреб користувачів в інформаційних послугах, організації дозвіллевих заходів проведено анкетування “Бібліотека та її місце в моєму житті” в Донецькій ЦБС для дорослих, соціологічне дослідження “Сучасна бібліотека в уявленні читачів” та опитування “Ти і бібліотека”, “Молодь і книга” в Кіровській міській бібліотеці для дорослих.

Допомогло у виробленні нової стратегії обслуговування користувачів, популяризації бібліотечних послуг соціологічне дослідження “Склад читачів бібліотеки та їх запити”, проведене в Шахтарській ЦМБ. Бібліотеки-філії проводили опитування “Ваша думка про наші бібліотеки”, “Що означає для вас читання?” тощо.

Подібні дослідження, анкетування проведені в більшості центральних бібліотек і багатьох бібліотеках-філіях ЦБС.

Узагальнені матеріали досліджень є підґрунтям для планування рекламної діяльності, яка сприяє вирішенню основного завдання – залучити населення до бібліотек, яскраво, переконливо показуючи їх можливості у справі одержання інформації, організації дозвілля, надання соціально-психологічної підтримки користувачам.

Важливою умовою формування позитивного іміджу бібліотечних закладів в суспільстві є встановлення взаєморозуміння, творчих відносин бібліотек як з традиційними партнерами у сфері культури, так і з іншими: представниками органів місцевої влади, підприємцями, комерційними, громадськими організаціями, органами юстиції, екологічними службами тощо.

Набула системного характеру діяльність центрів з питань місцевого самоврядування на базі центральних міських і районних бібліотек, окремих бібліотек-філій, де акцентується увага на задоволенні інформаційних потреб представників місцевої громади.

З метою доведення рішень владних структур до населення на спеціальних стендах представлено офіційні документи міських, районних рад, райдержадміністрацій, сформовані і продовжують оновлюватись папки-досьє на паперових та електронних носіях, які містять соціальну та правову інформацію і користуються підвищеним попитом серед населення.

У свою чергу бібліотеки пропонують органам влади свої інформаційні ресурси й інтелектуальний потенціал, використовуючи для цього як традиційні форми роботи, так і можливості Інтернет-центрів.

У звітах ЦБС області надається цікава інформація щодо співробітництва з різноманітними державними службами, громадськими організаціями.

Приміром, Торезька ЦМБ плідно співпрацює з міським Центром соціальних служб у справах сім'ї та молоді (ЦССМ), проводячи спільні заходи для мешканців 4 мікрорайонів міста. Співробітники ЦМБ – часті гості клубу “Червоні вітрила”, що працює при ЦССМ і об'єднує людей з обмеженими фізичними можливостями. Психолог ЦССМ надає допомогу ЦМБ у проведенні анкетувань, соціологічних досліджень.

Заслуговує на увагу досвід співпраці бібліотеки-філії № 18 Донецької ЦБС для дорослих та Пролетарського районного управління юстиції. В бібліотеці створено інформаційний стенд “Юрист консультує”, оформлено виставку-орієнтир “Ти і закон”. Методом опитування бібліотекарі визначають найбільшу зацікавленість у тих чи інших юридичних питаннях, запити подаються в управління юстиції, а відповіді згодом з'являються на стенді.

Потрібно відзначити активність у залученні місцевих органів юстиції до спільної роботи у Добропільській, Тельманівській, Мар'їнській районних ЦБС, де створено куточки правових знань (Ганнівська, Святогорівська сільські бібліотеки-філії Добропільської районної ЦБС), громадські приймальні “Держава і громадянин” (центральна районна і Курахівська міська бібліотеки-філії Мар'їнської районної ЦБС), проведено тижні правових знань, круглі столи з консультаціями юристів щодо роз'яснення чинного законодавства, бесідами щодо формування правової свідомості.

Бібліотека-філія № 5 Горлівської міської ЦБС налагодила творчий зв'язок з територіальним центром управління праці і соціального захисту населення Калінінського району міста. Спільно з працівниками центру проводились літературні вечори, присвячені творчості К. Симонова, В. Тушної, діалоги “Секрети довголіття”. Завдяки співпраці з міським благодійним фондом “Витязь” бібліотечні працівники побували на фестивалі слов'янської культури в Макіївці. Оскільки одним з аспектів діяльності фонду є популяризація православної літератури, бібліотекам було подаровано часописи “Радость моя” та “Живой родник”.

Центри дозвілля для людей похилого віку “Книга 03” і “Надія” функціонують завдяки співпраці бібліотеки-філії № 5 та реабілітаційного центру Гірницького району, бібліотеки-філії № 8 та міської організації УТОС в Макіївській міській ЦБС. Спільними зусиллями працівників бібліотеки-філії № 19 та податкової інспекції Гірницького району Макіївки створено “Школу молодого бізнесмена”, яка успішно працює. Створенню таких об'єднань за інтересами передувала рекламна інформація: буклети, листівки, які сповіщали про розташування бібліотек, їх структурних підрозділів, тематичні масові заходи і т. д.

Друкована рекламна інформація (бібліографічні списки літератури, покажчики) Добропільської міської ЦБС, яку регулярно одержує центр туризму і краєзнавства, бібліотечні заходи екологічної спрямованості стали поштовхом до створення екологічного клубу “Первоцвіт” при бібліотеці-філії № 5. Заняття клубу, об'єднані в цикл “Живої природи душа промовляє”, проходили в різних формах: уроки-дослідження “По сторінках

“Червоної книги”, екологічна пам’ятка “Турботи рідного краю”, еко-вікторини тощо.

Кіровська міська бібліотека для дорослих встановила контакти зі Спілкою підприємців міста, регулярно проводячи в приміщенні Спілки виїзні перегляди літератури, які є прекрасною рекламою інформаційних ресурсів бібліотеки. Також на замовлення членів Спілки було складено бібліографічний посібник “Бізнес від А до Я”.

Наведені приклади демонструють активну позицію більшості бібліотечних працівників щодо необхідності спільних зусиль у доведенні соціально значущої інформації до населення, популяризації бібліотек в місцевім співтоваристві, залученні нових користувачів з числа потенційних партнерів.

Аналіз звітів ЦБС області за 2005 р. показав, що найбільш активна реклама бібліотечних послуг і бібліотечної професії здійснюється напередодні і під час святкування Всеукраїнського дня бібліотек. Різноманітні акції, що проводять книгозбірні, привертають увагу владних структур, населення до бібліотечних проблем, надають можливість розкрити інформаційні ресурси, рекламувати послуги.

Великого розголосу набула акція “Крок назустріч: бібліотека – маріупольцям”, організована ЦМБ ім. В.Г. Короленка, яка мала на меті широку рекламу ресурсів та послуг бібліотеки. Під час акції здійснювались такі заходи: безкоштовне оформлення читацького квитка, повернення книг боржниками без застосування штрафних санкцій, 4 репортажі на місцевім ТБ, 5 публікацій в газетах, протягом 2 днів лунали повідомлення на радіо “Європа +”.

“Приведи читача” – таку назву мала акція, що пройшла в бібліотеці-філії № 2 цієї ж ЦБС. Припливу нових користувачів, крім інших традиційних заходів, сприяло розповсюдження читачами-волонтерами друкованої реклами – візиток бібліотеки.

Вже не перший рік у Красноармійській міській ЦБС проходить акція “Всепрощення” – повернення боржниками книжок без застосування штрафних санкцій. А бібліотеки Володарської і Тельманівської районних ЦБС щорічно проводять акцію “Країна читаючих” – місячник масового запису до бібліотек.

Серед найбільш розповсюджених засобів бібліотечної реклами – дні відчинених дверей, екскурсії по бібліотеках, які проходять

не тільки напередодні і під час святкування Всеукраїнського дня бібліотек, а й протягом року згідно з планами роботи.

Тижні, декади популяризації бібліотечних послуг і професії бібліотекаря проходять в кожній ЦБС області. Різні за формою заходи мають спільну мету: широка реклама можливостей книгозбірень у задоволенні інформаційних потреб користувачів.

Приміром, у Новоазовському районі в рамках тижня популяризації бібліотек були організовані такі заходи: конкурс “Найкращий читач року”, інтелект-змагання “Книжкова палата”, свято посвячення в читачі, конкурс малюнків “Бібліотека майбутнього”.

Мешканців м. Костянтинівка зацікавила бібліотечна декада “Ваша величність – бібліотека!”, під час якої відвідувачам були представлені виставка-реклама “Будьмо знайомі”, бібліотечна газета “Ми – для вас, а ви – для нас”, святковий вечір, у підготовці і проведенні якого активну участь брали найкращі читачі ЦМБ.

Багато цікавої інформації одержали користувачі бібліотек Макіївської міської ЦБС. У програмі тижня бібліотек і бібліотечної професії були передбачені книжкові виставки, тематичні полиці “Наша книжкова колекція”, “Мої улюблені книги”, “Книги, подаровані читачами”, виставка-реклама “Постав книзі оцінку”, екскурсії по бібліотеках, дні відчинених дверей “Запрошуємо до бібліотеки”, день повернутої книги, день читацької критики.

День бібліотеки “Бібліотека – мудрий дім душі” (Старобешівська районна бібліотека для дорослих), урок-подорож “Як книга прийшла до людей” (Ясинуватська районна ЦБС), літературна регата “Свято тих, хто любить книгу” (Красноармійська міська ЦБС), проблемний діалог “Сучасна бібліотека в уявленні молоді” (Вугледарська міська бібліотека для дорослих), театралізовані екскурсії по бібліотеках (Дзержинська міська ЦБС для дорослих), фоторепортаж “Ми розповідаємо про себе” (Горлівська міська ЦБС), інформаційний дайджест “Звідки книга до нас прийшла” (Волноваська районна ЦБС) – такі різноманітні форми застосовували бібліотеки задля реклами в період святкування Всеукраїнського дня бібліотек.

Дедалі більшої популярності серед мешканців міст і сіл набувають акції “Подаруй бібліотеці книгу”, “Дар бібліотеці”,

“Подаруй бібліотеці підручник” тощо, які здійснюються в кожній ЦБС області.

З метою залучення широкого кола учасників бібліотеки використовують різні рекламні засоби:

– поштова реклама (розсилання листів, запрошень організаціям, підприємствам, приватним особам),

– друкована реклама (об’яви, афіші);

– медіа-реклама (повідомлення в пресі, на радіо, ТБ) тощо.

Завдяки таким заходам фонди бібліотек значно поповнюються не тільки художньою, а й галузевою літературою.

Так, у 2005 р. під час акції “Подаруй бібліотеці книгу” до фонду Дружківської міської ЦБС надійшло 3715 пр. книг, Донецької міської ЦБС для дорослих – 2873 пр., Єнакіївської міської ЦБС – 5532 пр., Шахтарської міської ЦБС – понад 5000 пр., Красноармійської міської ЦБС – понад 3000 пр., Артемівської міської ЦБС – 3386 пр. книг.

Підвищенню авторитету бібліотек серед населення, зміцненню зв’язків із громадськістю сприяють благодійні акції, які минулого року пройшли за ініціативою окремих бібліотек.

Наприклад, бібліотеки Донецької міської ЦБС для дорослих розпочали благодійну діяльність, яка полягає у відвідуванні хворих, збиранні та відправленні посилок до в’язниць і монастирів. А бібліотеки Шахтарської міської ЦБС разом з дитячим притулком “Зіронька” провели акцію по збиранню книжок, іграшок, одягу для його вихованців.

У Мар’їнській районній ЦБС стали доброю традицією візити ввічливості до ветеранів війни, вдів, інвалідів. Під час яких бібліотечні працівники не тільки приносять книжки, періодичні видання, але й допомагають у придбанні ліків, продуктів харчування. Торік таких візитів було здійснено більше 70. Візити ввічливості “Розділити чужий біль” запроваджено і в Ясинуватській районній ЦБС.

Такі, навіть не завжди суто бібліотечні форми роботи, працюють на рекламу бібліотеки, співробітники якої завжди скажуть тепле слово, допоможуть у скрутний час.

Аналіз звітів ЦБС показав, що найчастіше бібліотеки використовують такі форми реклами інформаційних ресурсів і послуг:

- повідомлення;
- об'яви;
- інтерв'ю на сторінках місцевих газет;
- виступи на радіо, по телебаченню.

Плідне співробітництво із засобами масової інформації відіграє позитивну роль у формуванні іміджу привабливої бібліотеки, сприяє підвищенню її авторитету, соціальної затребуваності.

Звіти ЦБС за 2005 р. містять деякі цифрові дані, які свідчать про активність роботи з місцевими ЗМІ. Наприклад, 78 репортажів до місцевої преси надали співробітники Мар'їнської районної ЦБС, 30 – бібліотекарі Новоазовського району, 28 – співробітники Макіївської міської ЦБС, по 16 – працівники Єнакіївської і Краснолиманської міських ЦБС, 13 – бібліотекарі Першотравневого району, 11 разів про бібліотеки Шахтарської міської ЦБС розповідала газета “Знамя Победы”.

Бібліотечні працівники Дружківської міської ЦБС використовують таку форму реклами, як прес-реліз для ЗМІ: своєрідний міні-звіт про значні події в бібліотечному житті, досягнення, проблеми. Ролі бібліотек у житті місцевої громади був присвячений День журналіста “Громада – бібліотека – преса”, що пройшов у центральній міській бібліотеці для представників ЗМІ міста.

Прес-конференцію “Сучасні тенденції розвитку ЦМБ ім. В.Г. Короленка” для місцевих ЗМІ організувала Маріупольська ЦМБ для дорослих. Мета заходу – популяризація через засоби масової інформації новітніх інформаційних ресурсів і технологій у бібліотеках. Взагалі протягом 2005 р. бібліотечні працівники ЦБС для дорослих виступили у ЗМІ 88 разів: 56 публікацій у пресі, 30 репортажів на ТБ, 2 – на радіо.

Активно співпрацюють з місцевим ТБ “Скіф-2”, радіо “Тера” бібліотеки Костянтинівської міської ЦБС. Передачі з циклу “Місто. Людина. Екологія”, підготовлені бібліотечними працівниками, регулярно виходять на Харцизькім міськім радіо.

Бібліотечні спеціалісти Артемівської міської ЦБС регулярно виходять в радіоефір з бібліографічними оглядами “Новинки періодики”, “Для вас, студенти”, інформаційними бесідами “Безкоштовний доступ до Інтернету”.

Налагодили творчий зв'язок з місцевою радіостанцією “Меридіан” бібліотечні працівники Краматорської міської ЦБС, проводячи красзнавчі радіоогляди, інформаційні повідомлення про нові надходження до фонду українки. В ефірі радіостанції лунають оголошення про діяльність Інтернет-центру, поздоровлення з ювілеями бібліотечних працівників. А співпраця з місцевими газетами допомагає у вирішенні гострих проблем внутрішнього життя бібліотек, надає можливість залучити владу і населення до участі в бібліотечному житті.

Регулярно проводять радіобесіди різної тематики співробітники Слов'янської міської ЦБС. У 2005 р. вони були присвячені Міжнародному дню рідної мови: “Дар найсвятіший від рідного слова”, “Вивчайте, любіть рідну мову”.

Важливе значення в популяризації бібліотек і бібліотечних послуг має внутрішня реклама – сукупність засобів, що допомагають відвідувачам орієнтуватись у бібліотечному просторі, роблячи його доступним, комфортним. Це об'яви, плакати, схеми, різноманітні куточки, інформаційні зони, книжкові виставки та інші засоби оформлення бібліотечного інтер'єру.

Творчо підходять до організації бібліотечного середовища працівники Вугледарської міської бібліотеки для дорослих. До уваги відвідувачів довідково-інформаційний стенд “Для вас: сьогодні, завтра і завжди”, на якому представлені матеріали в рубриках “Бібліотечна інфомозаїка”, “Бібліотечний сервіс”, “Новинки Інтернету”; книжкові виставки “Бібліотека пропонує”, “Увага! Цікава публікація”, “Радимо ознайомитись”, рекламний стенд “Бібліотерапія. Чи лікує книга?”, виставка-фактографія “Україна в реаліях сьогодення”, виставка-полеміка “Глобалізація – катастрофа чи шлях до розвитку?”.

Рекламно-інформаційні зони створено в бібліотеках Краматорської міської ЦБС: “Інформаційне перехрестя”, “Бібліотека. Населення. Міська влада”, “Бібліотека інформує”. Популяризації інформаційних ресурсів бібліотек сприяє організація інноваційних форм наочного розкриття фондів. Для прикладу можна назвати виставку-реквієм “Вклонімося і мертвим, і живим”, панорамну виставку-літопис “Ми будемо довго пам'ятати і вам забути не дамо”, виставку-сюрприз “Яке в ромашки серце золоте”,

де поряд з друкованими були представлені ілюстративні матеріали тощо.

У Харцизькій міській ЦБС пройшов конкурс на кращу нетрадиційну виставку літератури, присвячену 60-річчю Перемоги у Великій Вітчизняній війні. Переможцями конкурсу стали ЦМБ з виставкою “Не обміліє пам’ять віку, в серцях нащадків буде жити” та ЦМДБ з виставкою “Вклонімося великим тим рокам”. Експозиції, окрім книжкової продукції, містили публікації з газет і журналів, довідки про поранення, похоронки, патрони, нагороди періоду Великої Вітчизняної війни.

Привертали увагу користувачів і такі інноваційні форми книжкових виставок, як виставка-колаж “Донецьк сучасний”, виставка-ретроспектива “Чорнобиль: мужність і біль” (Донецька міська ЦБС для дорослих), звукова виставка-застереження “Вчись у природи творчого спокою” (Костянтинівська міська ЦБС), виставка-портрет “Місто трудівників – місто героїв” (Горлівська міська ЦБС), виставка-натхнення “Дівчина з косою, як трава з росю”, виставка-конкурс “Світ дивовижної краси” (Макіївська міська ЦБС), виставка-роздум “Хвороби цивілізації” (Кіровська міська бібліотека для дорослих), виставка однієї книги “Чорнобиль, яким його побачив світ” (Держинська міська ЦБС для дорослих), виставка-диспут “Книга ХХІ століття – виняток чи повсякдення” (Єнакіївська міська ЦБС), експрес-виставка “Сьогодні України” (Амвросіївська районна ЦБС), виставка-рекомендація “Людина і право”, виставка-гербарій “Цілющі скарби мого села” (Першотравнева районна ЦБС), літературна візитка “Країна чудес Андерсена” (Олександрівська районна ЦБС), інтерактивна виставка “Скажи життю “так” (Мар’їнська районна ЦБС).

Таким чином, книжкові виставки зараз сприймаються як дійовий засіб наочної реклами бібліотечно-бібліографічних документальних ресурсів, просунення кращих книг до читацької аудиторії.

Важливим засобом реклами, який сприяє розповсюдженню бібліотечних послуг, є багатогранна робота щодо популяризації документів з використанням як традиційних, так й інноваційних форм. Масові заходи – найбільш доступна форма реклами бібліотеки. Видовищна інформація добре сприймається аудиторією, збільшує приплив користувачів, спонукає багатьох людей

звертатися до літературних першоджерел і взагалі спроможна покращити імідж бібліотеки.

Значну частину масових заходів бібліотеки проводять не епізодично, а в рамках довгострокових державних, місцевих програм, які мають значення для всього міста (району) і виходять за межі суто бібліотечних.

Так, опікуючись правовим вихованням молодого покоління, бібліотеки Селидівської міської ЦБС провели такі резонансні заходи, як правовий аукціон “Молодь і право”, годину роздуму “Погляд на проблему: молодь і злочинність”, а бібліотеки Дзержинської міської ЦБС для дорослих регулярно проводять уроки правознавства “Діти. Злочин. Кара”, “Право у вашому житті”, “Молодь і закон”, “Правові гарантії працевлаштування молоді”.

За ініціативою бібліотечних працівників Дебальцівської міської ЦБС було проведено міський екологічний конкурс “Живої природи душа промовляє”, місячник військово-патріотичного виховання молоді.

З метою розвитку естетичних смаків читачів Красноармійська ЦМБ провела цикл заходів “Мистецтво – чарівне вікно у світ”, у межах якого було організовано музичну суботу “Усі барви музики”, виставку-вікторину “Міста і музеї світу”, виставку-вернісаж “Світ у мистецьких шедеврах”, ілюстровано композицію “Легка крилатість пензля”.

Традиції родинного виховання підтримують бібліотеки Харцизької та Краснолиманської міських, Слов’янської районної ЦБС, проводячи такі заходи, як родинні бенефіси, психологічні діалоги, консультації з циклу “Педагогічна крамниця”, круглі столи “Здоров’я сім’ї – здоров’я нації”, дні сімейного читання “Разом до бібліотеки”.

Доброю традицією в роботі бібліотек Артемівської міської ЦБС стала популяризація культури етносів Донбасу. В минулому році тут пройшли такі заходи: історичний екскурс “Німці в Бахмуті: історія поселення”, день порозуміння “Багаті ми співдружністю культур”, історичні подорожі “До древніх греків завітаймо”, “Обряди та звичаї вірменського народу”, “Де земля обітована”.

Низкою цікавих заходів відзначили 60-річчя Перемоги у Великій Вітчизняній війні бібліотекарі Амвросіївської районної ЦБС. Спільно з будинками культури, клубами, за сприяння

сільських рад тут відбулися мітинг-реквієм “Будь вічною, пам’ять”, прем’єра книги поета-земляка В. Горіна “Я жил в такие времена”, районний конкурс дитячих малюнків.

Кращому пізнанню рідної мови сприяли конкурси читців “Звучи, рідна мово” (Добропільська районна ЦБС), літературний брейн-ринг “Як ми знаємо свою мову” (Володарська районна ЦБС), інформаційний камертон “Українська мова: з минулого в майбутнє” (Красноармійська районна ЦБС), філологічна гра “Рідне слово” (Старобешівський район), година мовної культури “Чи правильно ми говоримо”, мовна подорож “Звідки ваше ім’я?” (Волноваська районна ЦБС).

Достатньо розповсюдженою формою залучення до бібліотек нових користувачів і одночасно її рекламою, яка не потребує великих фінансових затрат, є читацькі об’єднання (клуби) за інтересами.

У минулому році в ряді ЦБС області створено нові клуби. Наприклад, в Макіївській міській ЦБС створено такі нові об’єднання читачів за інтересами: школа комп’ютерної грамотності “Комп’ютерні магістралі”, центр молодіжної творчості “NEXТ”, клуби “Роксолана”, “Господиня”.

У бібліотеці-філії № 4 Добропільської міської ЦБС відбулось урочисте відкриття поетичного клубу “На крилах любові”. За сприяння члена клубу, приватного підприємця В.В. Большакова видано збірку поезій “На крилах весни”, а до 60-річчя Перемоги – збірку “Связь поколений”, презентації яких пройшли в бібліотеці.

Популяризація економічних знань серед молоді – основна мета занять у клубі, який має назву “Бізнес-кафе “Білий слон” і створений у Сніжнянській міській ЦБС. Тут запровадили таку цікаву форму, як конкурс рекламних плакатів “Реклама у нашому житті”. Роботи, подані на конкурс, оцінювали професійні маркетологи, а роботи-переможниці застосовували у своїй діяльності місцеві ЗМІ.

Вже не перший рік працює в бібліотеці-філії № 1 Артемівської міської ЦБС клуб книголюбів “КЛИЧ”, члени якого стали справжніми друзями бібліотеки. За власні кошти вони придбали і подарували бібліотеці 784 пр. книг. У 2005 р. створено нові клуби книголюбів: “Шанс” (ЦМБ), “Фенікс” (бібліотека-філія № 2),

“Книголюб” (бібліотека-філія № 4), які продовжили традицію, подарувавши відповідно 275, 70 і 93 пр. книг.

Клуб шанувальників української поезії з’явився у Нижньокринській сільській бібліотеці-філії Амвросіївської районної ЦБС. Продовжують активну роботу молодіжні клуби “Гелікон”, “Тусовка”, “Каскад”, “Джерело надій” у Великоновосілківській районній ЦБС, клуб спілкування людей похилого віку “Берегиня” та клуб молодих сімей “Сім + Я” в Олександрівській районній ЦБС, клуб “Життєлюби” в Шахтарській районній ЦБС, салон читацького смаку в Харцизькій міській ЦБС тощо.

Впровадження в діяльність бібліотек області новітніх інформаційних технологій зумовило розвиток комп’ютерної реклами, яка здійснюється за допомогою мережі Інтернет і розміщується на сайтах бібліотек. На сьогодні власні сайти мають Артемівська, Костянтинівська, Краматорська, Маріупольська, Харцизька ЦМБ. Тут традиційно розміщується історична довідка про бібліотеки, інформація про сучасний стан, структуру, події з життя ЦМБ та ЦБС у цілому, масові заходи, акції, перелік послуг.

У минулому році оновлено сайт Костянтинівської ЦМБ, який має таку структуру: Бібліотека. Каталог. Віртуальні подорожі. Проекти. Спілкування. Пошук. Родзинкою сайту є проект “Літературна вітальня”, який представляє творчість письменників міста, щоденник вітальні та інтерактивну газету “Співдружність”.

Сучасною рекламою наявних фондів бібліотек є розташування на сайтах Костянтинівської, Краматорської, Маріупольської ЦМБ електронних каталогів.

Нещодавно на сайтах Костянтинівської і Краматорської ЦМБ з’явилась рубрика “Віртуальна довідка”, за допомогою якої віддалені користувачі отримують відповіді в режимі on-line на свої запити про конкретні видання, відомості та факти соціально-політичного, економічного, культурного розвитку України, краю, міста, а також країн світу.

Оперативним та зручним каналом розповсюдження бібліотечної реклами є електронна пошта, якою користуються ЦМБ Артемівська, Димитрова, Донецька, Дружківки, Єнакієвого, Костянтинівки, Краматорська, Маріуполя, Слов’янська, Харцизька, Ясинуватої.

У 2005 р. в області продовжували функціонувати 10 Інтернет-центрів, які набувають дедалі більшої популярності серед мешканців міст і сприяють популяризації бібліотеки як сучасного інформаційного закладу, орієнтованого на новітні світові технології.

Так, минулого року з метою розповсюдження інформації щодо можливостей Інтернет-центру Костянтинівською ЦМБ було проведено PR-акцію для вчителів 170 сільських шкіл Костянтинівського району, інформаційні семінари “Пошук роботи через Інтернет” (для людей, які бажають працевлаштуватися), “Пошук інформації в мережі Інтернет” (для учнів будівельного ліцею).

Рекламні Інтернет-послуг Краматорської ЦМБ сприяли заходи: акція “Літо з Інтернетом”, декада “Вікно у світ”, – під час яких надавалась інформація у ЗМІ, друковані рекламні листівки-оголошення, які розповсюджувались у навчальних закладах міста, звернення до читачів, вебліографічні списки літератури.

Заходи, що проводяться в Інтернет-центрах для користувачів, теж сприяють рекламі інформаційних можливостей бібліотек. Достатньо назвати деякі з них: індивідуальні тренінги “Навігація в Інтернеті”, “Електронна пошта”, дні викладача “Інновації в галузі освіти” (Краматорська ЦМБ); презентації сайтів вищих навчальних закладів області, громадської організації “Місто майстрів”, мультипорталу “Юнпрес”, віртуальні уроки права, толерантності, віртуальні подорожі (Костянтинівська ЦМБ); тренінги “Робота в Інтернеті” (Артемівська ЦМБ); презентації сайту Маріупольської міської ради і сайту Товариства греків Приазов'я (Маріупольська ЦМБ для дорослих) тощо.

Серед друкованої продукції заслуговують на увагу списки сайтів, міні-посібники “Оволодіння первинними навичками роботи в Інтернеті”, “Перші кроки в Інтернеті”, “Для вас, ветерани”, анотований вебліографічний покажчик “Екологія”, інформаційні листки на компакт-дисках “Фінансові послуги в Україні”, “Історія України” (Артемівська ЦМБ), веб-покажчики “Органи державної влади та місцевого самоврядування”, “Український спорт”, “До жіночого свята 8 Березня”, “До свята Великдень” (Краматорська ЦМБ).

Таким чином, використовуючи різні засоби реклами своєї діяльності, бібліотеки області розкривають інформаційні ресурси перед користувачами, залучають їх до різноманітних заходів з популяризації документів. Реклама бібліотек сприяє формуванню їх позитивного іміджу в суспільстві, встановленню плідних взаємовідносин з органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, допомагає у вирішенні фінансових проблем.

Так, Краматорська міська ЦБС на засідання міськвиконкому підготувала інформаційний буклет “ЦБС працює для всього населення міста”. Якісно подана інформація спрацювала позитивно: виділено додаткові кошти на придбання нових книг, бібліотечної техніки, передплату періодичних видань.

Результатом активної рекламно-іміджевої політики, розуміння міською владою важливості бібліотечної діяльності стало рішення Маріупольської міської ради про встановлення надбавки до посадових окладів у розмірі 50% фахівцям ЦМБ ім. В.Г. Короленка за складність та напруженість праці.

Важливість книги і бібліотеки в житті місцевої громади змогли довести бібліотечні працівники Макіївської міської ЦБС. У місті в повному обсязі фінансується “Програма поповнення бібліотечних фондів”, виділяються кошти на ремонти, придбання меблів, комп’ютерної техніки.

Позитивні результати дає співробітництво з депутатами різних рівнів. Наприклад, завдяки допомозі М.М. Діброва, депутата міської ради, та О.П. Недашківського, депутата обласної ради, зроблено ремонт опалювальної системи, придбано обладнання для бібліотек Сніжнянської міської ЦБС.

У Слов’янській міській ЦБС, яка активно працює над формуванням позитивного іміджу, за підтримки О.О. Лещинського, народного депутата України, та О.П. Шуткевича, депутата обласної ради, міської організації Партії регіонів, завдяки спонсорській допомозі МСО “Добре діло”, ЗАТ “Славолія” було придбано 3 комп’ютери, меблі, відремонтовано систему опалення, здійснено капітальний ремонт приміщення бібліотеки-філії № 5.

Взагалі, у 2005 р. бібліотеки області активно залучали до співробітництва спонсорів та меценатів. Яскравим прикладом такої співпраці стало відкриття за рахунок коштів мецената

А.Н. Мелікбегяна бібліотеки-філії № 3 в Дружківській міській ЦБС, яке перетворилось на справжнє свято під назвою “Запрошуємо друзів на гостину”. Серед гостей були представники міської влади, обласних бібліотек, підприємств міста, ЗМІ. Відкриттю передувала широка рекламна кампанія, в результаті якої бібліотека Верховної Ради України подарувала новій бібліотеці 600 пр. видань, письменник М. Слабошпицький – 800 пр., бібліотека Києво-Могилянської академії – 200 пр., Посольство США – 80 пр. друкованих видань. Добрірки книг надали обласні бібліотеки, власники приватних книгозбірень міста. У бібліотеці встановлено 3 комп’ютери з підключенням до мережі Інтернет.

Регулярно отримуючи інформацію про можливості і потреби бібліотек, керівники багатьох акціонерних і приватних підприємств області виділяють кошти на придбання книг, передплату періодичних видань.

Так, Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча виділив кошти на передплату періодичних видань бібліотеці-філії № 6 Маріупольської ЦБС для дорослих. Для бібліотек Старобешівського району за рахунок комбінату здійснено передплату на газети “Ільичевець”, “Ільичевець-хазяїн”, “Ільичевець-здоров’є”.

Шахта “Краснолиманська” здійснила передплату 4 газет і 14 журналів для Ординської бібліотеки-філії Красноармійської міської ЦБС; виробниче об’єднання “Укграгролізінг” виділило 500 грн на придбання книг для Криволуцької сільської бібліотеки-філії Краснолиманської міської ЦБС; шахта ім. К. Маркса – 3622 грн для бібліотеки-філії № 15 Єнакіївської міської ЦБС.

Постійну допомогу бібліотекам Добропільського району надає виробниче об’єднання “Глини Донбасу”. В минулому році за рахунок спонсора 4 сільські бібліотеки одержали по 42 пр. нових книг кожна.

Приватне підприємство В.В. Прутковського надало 2000 грн для придбання літератури Красноармійській сільській бібліотеці Новоазовського району.

Приємні подарунки Ялтинській міській бібліотеці-філії Першотравневої районної ЦБС зробили колишні земляки М.Г. Агурбаш, який передав 92 пр. видань серій “Аванта”

і “100 знаменитих...”, та Г.Х. Попов, подарувавши 129 пр. книг підвищеного попиту з власної бібліотеки.

Активно працюють зі спонсорами бібліотеки Мар’їнської районної ЦБС. Протягом минулого року додаткові кошти на передплату періодичних видань сільським бібліотекам-філіям надали Єлизаветівська, Степнянська, Костянтинівська, Павловська сільські ради; ВАТ “КРОС” виділило 500 грн на придбання книг Красногорівській міській бібліотеці-філії. Районний центр зайнятості надав грошову допомогу в розмірі 2138 грн на передплату періодичних видань центральній районній бібліотеці. За рахунок Курахівського заводу металевих конструкцій здійснено капітальний ремонт приміщення Роївської міської бібліотеки-філії.

Завдяки спонсорській допомозі Маріупольського металургійного комбінату ім. Ілліча капітально відремонтовано приміщення Приморської, Єланчикської, Виноградівської сільських бібліотек у Новоазовському районі, приміщення Степанівської бібліотеки-філії Тельманівської районної ЦБС.

* * *

Підсумовуючи огляд рекламно-іміджевої діяльності бібліотек області, можна сказати, що цілеспрямована робота з формування сприятливого соціально-комунікативного клімату навколо діяльності бібліотек дала певні результати:

- бібліотеки на видноті, про них знають не тільки читачі;
- поширюється та зростає коло друзів та партнерів бібліотек;
- у бібліотек доброзичливі відносини з владою і громадськими структурами, позитивна репутація в ЗМІ;
- бібліотекам довіряють читачі.

Проте аналіз звітів ЦБС області показав, що рекламна діяльність бібліотек потребує вдосконалення, вироблення певної стратегії, програми дій.

Існує розбіжність між міськими і районними ЦБС в організації реклами бібліотек і бібліотечних послуг. Якщо в містах спектр рекламних заходів доволі широкий (інформація на сайтах бібліотек, на радіо, ТБ, друкування буклетів, анонсів масових заходів, оголошень на сучасній техніці, організація прес-конференцій для ЗМІ тощо), то районні, і особливо сільські, бібліотеки обмежуються друкуванням матеріалів в місцевих газетах і проведенням заходів під час святкування Всеукраїнського дня бібліотек. Незадовільний стан комплектування, слабка матеріально-технічна база не дають їм можливості розгорнути активну рекламну діяльність.

У штатних розписах бібліотек не передбачено посаду бібліотекаря-маркетолога, який би володів навичками організації реклами бібліотек та їх послуг. Працівники відділів інновацій та маркетингу, що створено в окремих ЦМБ, поки що не досягли відповідного професійного рівня. До того ж, не визначені конкретні працівники, що відповідальні за рекламу та безпосередньо займаються цією ділянкою роботи.

Реклама бібліотек не планується належним чином з урахуванням усіх доступних засобів, дотримання принципів систематичності, регулярності.

У більшості звітів відсутній аналіз рекламної діяльності бібліотек, лише наводяться приклади окремих рекламних заходів.

Популяризація бібліотечних послуг серед населення з метою створення позитивного іміджу бібліотеки – процес постійний, який

потребує підвищення професійного рівня працівників, оволодіння ними основами маркетингової діяльності, пріоритетним напрямом якої є бібліотечна реклама.

Звіти ЦБС області не дають можливості зазначити, що така робота ведеться систематично. На жаль, відсутні відомості про проведення стажувань, практикумів, занять шкіл професійної майстерності та інших заходів на допомогу організації рекламної діяльності, зокрема щодо визначення її цілей, планування, технології проведення.

Невисокий рівень організаційно-методичної діяльності щодо розвитку бібліотечної реклами позначається безпосередньо на роботі бібліотек ЦБС. Як відзначалось, в більшості бібліотек рекламні заходи здійснюються епізодично, в переважній більшості задля реклами використовуються дні відчинених дверей, екскурсії по бібліотеках, книжкові виставки, масові заходи різної тематики, публікації в місцевій пресі.

Не в повній мірі використовуються можливості зовнішньої реклами. Як правило, вона обмежується традиційним оформленням бібліотечних вивісок, які, за деякими виключеннями, не привертають увагу користувачів своєю яскравістю, незвичайністю. В більшості сільських бібліотек вивіски взагалі існують у вигляді клаптика паперу, на якому зазначений режим роботи.

Бібліотеки майже не застосовують такі засоби зовнішньої реклами, як щити, стенди, вітрини, на яких розміщується бібліотечна інформація, дороговкази щодо розташування бібліотеки, запрошення відвідати бібліотеку, які вивішуються в установах та організаціях, що найбільш часто відвідуються населенням: дитячих садочках, школах, соціальних службах тощо.

У більшості випадків не відповідає сучасним вимогам головний засіб зовнішньої реклами – зовнішній вигляд бібліотечної будівлі та прилеглої до бібліотеки території.

Не всі резерви використані у внутрішній рекламі бібліотек і їх послуг. Не мають широкого розповсюдження яскраво, нетрадиційно оформлені об'яви, афіші, плакати, схеми, путівники, стенди з інформацією як про напрями, форми діяльності бібліотеки, так і про зв'язки з громадськістю.

У багатьох бібліотеках відсутні інформаційні стенди для читачів, які, в першу чергу, могли б виконувати рекламну функцію.

Повільно запроваджується в бібліотечну практику друкована реклама. Виготвлення і розповсюдження листівок, афіш, буклетів, каталогів, довідників-путівників тощо дозволяють собі лише центральні бібліотеки, які мають додаткові кошти від надання платних послуг населенню, сучасну оргтехніку. Решта бібліотек обмежується друкуванням матеріалів у місцевих газетах, виготовленням програм занять клубів за інтересами.

Бібліотеки майже не використовують такий рекламний засіб, як складання прес-релізів для місцевих ЗМІ (за виключенням Дружківської ЦБС, у звіті якої є така інформація), котрі містили б різноманітні відомості про бібліотеку, її можливості, значимість її ресурсів, послуг, важливі події у житті закладу.

У звітах ЦБС області за 2005 р. відсутня інформація щодо застосування поштової реклами. Проте ряд бібліотек її активно використовує, надсилаючи рекламні повідомлення, запрошення, листи на адресу означеної групи осіб, як користувачів, так і представників органів місцевої влади, можливих ділових партнерів.

Важливою частиною рекламної діяльності є розробка і впровадження фірмового стилю бібліотеки: фірмових знаків, логотипів, фірмового шрифту, набору кольорів при виготовленні як ділової документації, так і сувенірної рекламної продукції тощо. З усієї різноманітності складових фірмового стилю в окремих ЦМБ застосовуються елементи фірмової атрибутики при виготовленні бланків, проспектів, листівок, запрошень для участі в масових заходах, а також бейджі для працівників відділів обслуговування. В цілому таке поняття як “фірмовий стиль” для більшості бібліотечних працівників є далеким від їх повсякденної діяльності.

Повільно запроваджується в бібліотечну практику комп'ютерна реклама: власні сайти є в 5 ЦМБ з 14 міських ЦБС, що мають підключення до Інтернету. З 11 ЦРБ, які мають комп'ютери, жодна не має доступу до всесвітньої мережі.

Для покращення роботи та подолання зазначених негараздів дуже важливо виробити системний підхід до організації рекламно-іміджевої діяльності, спрямувати її на досягнення певних цілей:

- привертання уваги потенційного користувача;
- детальний опис переваг послуг, що надає бібліотека;
- створення сприятливого іміджу і високої репутації бібліотеки у населення, місцевої адміністрації, ділових партнерів;

- підтримка означеного рівня інформованості читачів про діяльність бібліотеки;
- формування читацьких потреб;
- стимулювання попиту на послуги;
- нагадування населенню про бібліотеку, її діяльність та послуги.

Для організації роботи в структурі ЦБС визначити відповідний підрозділ, що функціонально буде займатися реалізацією бібліотечної рекламної політики, внести зміни в положення про відділ, посадові інструкції співробітників.

Враховуючи, що більшість працівників не має достатньої фахової підготовки, не володіє в повній мірі рекламними технологіями, доцільно в кожній ЦБС організувати регулярні заняття “Школи бібліотечної реклами”, проведення стажувань, практикумів із залученням професійних маркетологів на основі договорів про творче співробітництво.

Рекламна діяльність бібліотеки важлива для створення і підтримки її позитивного іміджу серед представників органів місцевого самоврядування, громадських організацій, різноманітних служб, підприємницьких структур, закладів освіти, культури, спонсорів. Своєю рекламною політикою бібліотека спроможна показати, що вона – надійна, стабільна організація, невід’ємна частина громадського життя міста, села, в неї варто вкладати кошти.

Ефективним засобом такої політики є щорічні короткі письмові звіти, ілюстровані фотознімками, публікаціями в місцевих газетах, де в популярній формі викладені основні напрямки діяльності, головні досягнення й основні показники розвитку бібліотек. Популярності бібліотек та їх послуг серед місцевої громади сприятимуть публічні звіти перед населенням як у стінах бібліотек, так і поза їх межами, у вигляді окремих видань або публікацій в місцевій пресі, театралізованих видовищ тощо.

Використовуючи весь арсенал рекламних засобів, бібліотеки зможуть стати більш відкритими, привабливими для читачів, довести місцевій владі і громадськості свою причетність до соціокультурних процесів, що відбуваються на конкретній території, підвищити свій статус центрів інформації, освіти, інтелектуального дозвілля населення.

Підп. до друку 20.04.2006. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Друк різнографний. Гарнітура Times. Ум. друк. арк. 1,5.
Обл. вид. арк. 1,1. Зам. 1-042006. Наклад 80 пр.

Видавниче підприємство "Східний видавничий дім"
(Державна свідоцтво № ДК 697 від 30.11.2001.)
83086, м. Донецьк, вул. Артема, 45
тел./факс (062) 338-06-97, 337-04-80