

Управління культури і туризму Черкаської
облдержадміністрації
Обласна універсальна наукова бібліотека
імені Тараса Шевченка

Рекламно-іміджева діяльність бібліотек

(Аналітичний огляд)

Черкаси – 2009

Працівники бібліотеки усвідомлюють важливість і необхідність активних дій по формуванню та підтримці позитивного іміджу своєї бібліотеки, закріпленню її престижу.

Рекламно-іміджева діяльність дозволяє їм відійти від стандартних методів вирішення проблем, в тому числі фінансових, а також пов'язаних із утвердженням спеціального статусу бібліотеки.

Головна мета іміджевої реклами полягає у створенні позитивних зв'язків між популярним образом бібліотеки, комплексом її послуг, користувачем.

Бібліотеки області, цілеспрямовано формуючи сучасний імідж, досягли позитивного ставлення до них з боку владних структур усіх рівнів. Налагоджені та підтримуються стосунки з громадськими організаціями, підприємствами, культосвітніми та навчальними закладами.

Велике значення для реклами бібліотеки має її зовнішній вигляд. Саме із зовнішнього вигляду закладу починається робота по формуванню асоціативного зв'язку між поняттями „читання” – „задоволення”. Зокрема, Христинівська, Жашківська, Чорнобаївська, Монастирищенська, Кам'янська, Городищенська, Катеринопільська ЦБ привабливо зовнішньо оформили свої приміщення, дали влучну зовнішню рекламу як закладів, так і послуг, що ними надаються. Позитивному іміджу закладів сприяють візуально привабливі, інформаційно насичені інтер'єри (Христинівська, Катеринопільська ЦБ, Черкаська міська ЦБ та її філіали №7, 2, БФ Моринців, сільська бібліотека с. Червоної Слободи), зони відпочинку користувачів в Черкаській міській ЦБ, Золотонській, Христинівській, Жашківській, Кам'янській ЦРБ.

Одним із стилів зовнішнього рекламно-іміджевого напрямку діяльності бібліотек є влучне, професійне оформлення вітрини. Зокрема, особливо вдалою є віт-

рина в Черкаській міській ЦБ, де подається інформація про послуги центральної бібліотеки та міських БФ, регулярно змінюється у вітрині інформація про книжкові новинки, матеріали на електронних носіях. У віконній вітрині Христинівської центральної бібліотеки розміщується експозиція бутафорних книг, що надійшли до бібліотеки, інформаційні видання, інформація про послуги.

На імідж бібліотек позитивно впливають виробничі контакти з місцевою владою, громадськими організаціями, керівниками бізнесу. Успішно працюють в цьому напрямку бібліотеки Черкаської, Уманської МЦБС, Золотоніської, Чернобаївської, Монастирищенської, Катеринопільської ЦБС, Черкаського РОМЦ.

Так, поцінуючи бібліотеки м. Черкас як інформаційні освітні центри, міська влада придбала для них 14 комп'ютерів, що дозволило відкрити, крім міської ЦБС, ще 4 Інтернет-центри у БФ. Бібліотеки Золотоніської, Катеринопільської ЦБС беруть участь у реалізації районних довгострокових програм; Чернобаївської ЦБС – працюють згідно щоквартальних спільних планів відділів райдержадміністрації (РДА); бібліотек, клубних закладів; Черкаський РОМЦ – щотижня інформує відділ культури та відділ внутрішньої політики РДА про плани масових заходів, СБФ – сільські ради.

Працівники бібліотеки постійно працюють над удосконаленням використання бібліотечного простору – для створення привабливого внутрішнього інтер'єру, зон відпочинку для читачів, облаштування вільного доступу до фондів, пошуку та отримання інформації. Внутрішнє оформлення бібліотеки – путівники у відділах, оголошення, роздільники у фонді – також створюють позитивний імідж. Сюди відносяться виставки. Перегляди, які привертають увагу користувачів до колекцій, наочних документальних матеріалів, альбомів, чим активізують використання бібліотечного фонду. Зокрема, в усіх біб-

ліотеках області оформлено стенди про бібліотечні послуги, інформації про роботу установи, така як: „Для вас, користувачі”, „Бібліотека. Населення. Місцева влада”, „Центр правової інформації повідомляє” тощо. Особливо вдало спрямовано на інтерес відвідувача оформлення в бібліотеках Золотоніської, Звенигородської, Христинівської, Городищенської ЦБС, Уманської, Черкаської МЦБС.

Рекламно-іміджевий характер носять видання, буклети, які видаються за підсумками конференцій, досліджень, присвячених популяризації книги, читання. Такі матеріали випускаються Корсунь-Шевченківською, Шполянською, Катеринопільською, Золотоніською, Звенигородською ЦБС, Черкаською міською ЦБ. Усі вони мають естетичний вигляд.

Бібліотечними закладами області все ширше використовуються можливості комп'ютерної та множильної техніки. Завдяки цьому Корсунь-Шевченківська, Шполянська, Золотоніська ЦРБ видали матеріали про свої бібліотеки. Тальнівська ЦБ випускає закладки, буклети, іншу рекламно-інформаційну продукцію для бібліотек району, запрошення на масові заходи, візитки ЦБ, пам'ятки користувача та інше.

Кам'янська центральна бібліотека здійснює рекламу інформаційних можливостей бібліотек шляхом випуску буклетів, проспектів за темами: „Бібліотека запрошує”, „Шукайте відповіді у нашій бібліотеці”, „Наша бібліотека може...”, „Єдина книжка в районі”.

Увазі користувачів Городищенська районна бібліотека ім. В. Симиренка пропонує виставку-диспут про діяча, чийм ім'ям названа бібліотека, а також інформацію про заклад, про спонсорів, які виділяють кошти на комплектування фондів бібліотек району, покращення матеріально-технічної бази.

Бібліотеки області використовують різноманітні форми праці з місцевими ЗМІ. В районних газетах під рубрикою „Центральна районна бібліотека інформує” вміщуються статті про діяльність бібліотек, інформаційні та бібліотечні огляди літератури, надається інформація про проведення масових заходів. Найактивнішими є Смілянська районна бібліотека, яка вмістила більше 40 статей, Маньківська, Корсунь-Шевченківська, Шполянська ЦБС, Черкаський РОМЦ.

Сприяють рекламно-іміджевій діяльності бібліотек радіопередачі різної тематики. Це цикли передач до Шевченківських днів, до Дня Соборності, Незалежності України, ювілейних та пам'ятних дат письменників-земляків та діячів культури.

Досить розповсюдженою формою залучення до бібліотеки користувачів, і одночасно її рекламою, є клуби за інтересами. Найбільше таких об'єднань в Корсунь-Шевченківській, Городищенській, Золотоніській, Чорнобаївській ЦБС, Черкаському РОМЦ.

При Городищенській центральній бібліотеці діє літературно-краєзнавчий клуб „Спадщина”. Постійне проведення літературних, історичних, краєзнавчих радіогодин, інформація про знаменні і пам'ятні дати року – все це є ефективною рекламою бібліотеки. Часто бібліотечні працівники відгукуються на прохання користувачів-радіослухачів висвітлювати ту чи іншу тему.

Працівники Чорнобаївської ЦБ ведуть радіоклуб „Літературна вітальня”, Жашківської ЦБ – „Літературно-мистецький календар”.

Широко популяризуючи національні традиції та культурно-історичну спадщину, книгозбірні області віднаходять інноваційні форми подання інформації – нестандартні, в національному стилі, оформлення краєзнавчих куточків, в них – виставок із доповненнями місцевими ужитковими предметами. Такі краєзнавчі куточки-музеї

створено в бібліотеках Золотоніської, Уманської, Корсунь-Шевченківської ЦБС, Черкаського РОМЦ. В Катеринопільській, Христинівській, Шполянській ЦБ при віділах обслуговування створено „Українські світлиці”.

Запровадження Всеукраїнського дня бібліотек сприяло урізноманітненню реклами бібліотек. З метою привернення уваги громади в усіх книгозбірнях області проводяться Дні відкритих дверей, свята книги, тижні бібліотек та ін. Анкетування користувачів щодо визначення місця бібліотек у суспільстві проведено Уманською, Черкаською МЦБС, Золотоніською, Чернобаївською ЦБС, День відкритих дверей „Візитна картка бібліотеки” та зустріч з ветеранами бібліотечної справи „Для вас відкриті наші двері і серця” – Черкаським РОМЦ, Чигиринською ЦБ.

Екскурсії, посвячення в читачі, репортажі на радіо про кращих бібліотечних працівників та кращі бібліотеки району, фотовиставки, фотоальбоми „Свята і будні бібліотек” – ці заходи впливають на ставлення місцевої громади і влади до бібліотечних установ, їх іміджу.

В бібліотеках області проводяться конкурси на кращу рекламу сільської бібліотеки (Городищенська, Чернобаївська ЦБС), на кращу емблему бібліотеки (Кам’янська, Жашківська ЦБ), анкетування серед користувачів з метою вивчення їх потреб в бібліотечних послугах (Золотоніська, Чернобаївська, Шполянська ЦБ), соціологічні дослідження про інформаційні потреби населення (Корсунь-Шевченківська, Золотоніська ЦБС, Черкаська МЦБС).

Практикується і така форма як звіти перед громадою та користувачами. Позитивно впливають на імідж книгозбірень акції „Поверни книгу до бібліотеки” (Лисянська ЦБС), „Подаруй бібліотеці книгу” (Канівська, Смілянська МЦБС, Христинівська, Чигиринська ЦБС), „Читач року” та „Почесний читач” (Городищенська ЦБС).

Кам'янською центральною бібліотекою підготовлено матеріал „Імідж бібліотеки. Шляхи створення”, Корсунь-Шевченківською ЦБ – „Яка бібліотека цікавить сьогодні?” В деяких бібліотеках є „скриньки рекламних ідей”.

Ці книгозбірні області проводять широку роз'яснювальну роботу про введення платних послуг, використовуючи і ЗМІ.

Імідж сучасної бібліотеки пов'язаний з використанням комп'ютерних технологій. Про це свідчить збільшення та зміна категорійного складу користувачів в ЦБС, де є доступ до Інтернету (Черкаська МЦБС, Чорнобаївська, Монастирищенська, Корсунь-Шевченківська ЦБС).

Мікроклімат, створений у бібліотеці – це теж реклама. Уміння спілкуватися з користувачем – один з найважливіших її елементів. Цей позитив можна віднести майже до всіх закладів області, але особливо цікаві і вмілі такі відносини у Христинівській, Уманській, Чорнобаївській, Золотоніській ЦБС.

Разом з тим, у роботі бібліотек з формування позитивного іміджу є проблеми. Незадовільним є поповнення книжкових фондів, мале забезпечення комп'ютерною та множильною технікою, слабка ще матеріальна база бібліотек. Бібліотеки мають дбати про урізноманітнення форм рекламної діяльності.

Підготувала

Н. Вітавська, завідувачка
науково-методичного
відділу

Редактор

Г. Круглякова

Відповідальна за випуск

К. Бугаєнко

Комп'ютерний набір

Г.П. Степаненко

Підписано до друку 03.12.2009. Тир. 35. Ксерокс ОУНБ імені Тараса Шевченка

