

# **Различные формы рекламы фонда школьной библиотеки МБОУ ООШ №1**

выполнила Уварова В.М.  
заведующая библиотекой  
МБОУ ООШ №1

город-курорт Железноводск,  
2017

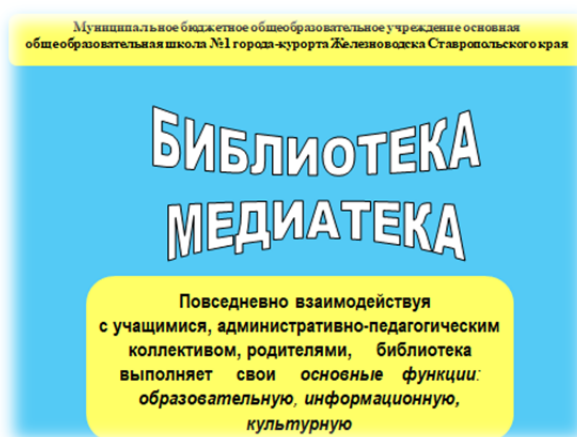
**1. Аннотация.** Разработка посвящена проблеме рекламы школьной библиотеки. Реклама привлекает детей к чтению и в дальнейшем способствует формированию потребностей учащихся к чтению, расширению их кругозора. Поэтому библиотекарям нужно умело использовать рекламу в своей деятельности. В работе раскрывается общее понятие рекламы, специфика библиотечной рекламы, виды рекламы, которые используются в библиотеке.

**2. Введение. Реклама** – это широкое оповещение о потребительских свойствах товаров и различных видов услуг с целью создания спроса на них. **Реклама** – это распространение сведений о ком-либо, чём-либо с целью создания популярности. И, наконец, **реклама** – это разновидность массовой информации, оформленной в традиционных и специфических знаковых формах.

Библиотечная реклама занимает важное место в решении вопросов всестороннего развития личности прежде всего потому, что создавая вокруг набора библиотечных услуг и фонда литературы общественное мнение, реклама тем самым формирует интеллектуальные практические потребности человека.

Реклама школьной библиотеки направлена на создание образа уютного, по возможности нарядного дома, где внимательно прислушиваются к мнениям и пожеланиям учащихся разных возрастов, а также к одинокому голосу конкретного ребёнка, нуждающегося не только в информации, но и в психологической поддержке, будь то улыбка библиотекаря, красивое внутреннее оформление библиотеки или персональное приглашение на посиделки у самовара.

**Реклама** – это образ мышления о современной библиотеке, готовой



развивать традиционные и выполнять новые функции, с помощью необычных ярких приёмов формировать эстетически оформленную, комфортно организованную среду, устанавливать доверительно-дружеский тон в общении с посетителями.

Реклама увеличивает эффективность всех библиотечных процессов: увеличивается число посещений, обращаемость книг, повышается выдача «забытой» литературы.

### 3. Основная часть. Виды рекламы и их использование в библиотеке.

#### Раздел 1. Наружная реклама.

Вывеска создаёт первоначальное представление о библиотеке, её статусе. Она должна быть яркой, красивой и включать самую необходимую информацию (наименование библиотеки и режим работы).

#### Раздел 2. Печатная реклама.

Перечисляя средства печатной рекламы, обычно называют листовки, афиши, буклеты, проспекты, каталоги, объявления, пригласительные билеты.

Одно из главных преимуществ печатных средств рекламы связано с возможностью одновременно обратиться к широкой аудитории, в том числе и к той части

детей, которая не посещает библиотеку. Другое достоинство – относительно долговременный характер использования многих типов и жанров печатной рекламы.



## 2.1. Плакат.

**Плакат** – один из самых популярных типов печатной рекламы.

Плакаты, объявления, афиши используют большие иллюстрации. Они обычно вывешиваются в фойе школы и оповещают ребят о проведении какого-либо мероприятия с указанием дня, времени и места. Их нужно вывешивать заблаговременно.

В зависимости от целевого назначения традиционно выделяют три разновидности плаката: рекламирующие книгу или группу книг; оказывающие помощь в освоении информационных знаний, а также плакаты, рекламирующие библиотеку и услуги, формы деятельности.

## 2.2. Пригласительный билет.

Среди других жанров рекламы можно выделить пригласительные билеты на массовые мероприятия. Билеты обычно фокусируют внимание на конкретном событии: занятие клуба, экскурсия, книжная выставка и т.д.

## Раздел 3. Наглядная реклама.

Наглядная реклама – это всевозможные книжные выставки, сюда же относится и внешний вид библиотеки.

### 3.1. Книжная выставка.

Под книжной выставкой следует понимать способ информирования посетителей о содержании фонда библиотеки.

Чтобы реклама воспринималась, чтобы на неё обратили внимание и не проходили мимо, необходимо учитывать ряд особенностей:

- текст,
- рисунок,



- графические элементы,
- шрифт,
- цвет и цветовая гармония.

Желательно, чтобы название отражало целевое и читательское название (это одно из основных требований рекламы). Например, «Для вас, педагоги школы», «SOS» на детской волне».

Ни одна реклама, в том числе и выставка, не должна быть перенасыщена информацией. Организация выставки по всем правилам рекламы достаточно сложное дело. Вся деятельность библиотеки – это реклама. А реклама – это искусство, которое требует творческого подхода.

### **3.2. Интерьер библиотеки.**

Внутренний дизайн школьной библиотеки формирует представление об объекте. Так как школьная библиотека это детская библиотека, поэтому уместно оформление стен рисунками из русских народных сказок и мультфильмов.

### **Раздел 3. Устная реклама.**

Устная реклама в библиотеке реализуется посредством проведения



обзоров, лекций, бесед, массовых мероприятий, экскурсий и т.д. Она строится на непосредственном общении с детьми, на личных контактах библиотекаря с читателями. Библиотекарь имеет зрительную связь с аудиторией, ощущает её настроение, видит, как она воспринимает материал, и в

зависимости от этого может скорректировать беседу, привести дополнительные факты, аргументы, повернуть разговор в нужное русло, полнее удовлетворить

интересы читателей.

Все формы устной рекламы – способствуют развитию творческих и читательских способностей ребят, активизируют их познавательную активность.

#### **Раздел 4. Мероприятия из опыта работы.**

Наша библиотека ведёт интенсивную рекламную работу в помощь педагогам и школьникам, а также **пропаганде профориентации среди учащихся 8-9 классов** (с учетом региона).

Библиотека оформляет книжные выставки к предметным неделям.

В системе военно-патриотического воспитания огромная роль принадлежит книгам о подвигах народа в Великой Отечественной войне. Их реклама – важное направление деятельности библиотеки.