

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.