****

 **Методический калейдоскоп**

Выпуск 7

 **Что может библиотечная реклама?**

 Уважаемые коллеги!

Вашему вниманию предлагаются методические материалы по рекламной деятельности библиотеки. Иногда новое - это хорошо забытое старое. Так давайте же посмотрим на себя со стороны и, вспомнив старое, слегка его модернизируя, вернем к жизни.

 Итак, библиотечная реклама сегодня – это реклама библиотечных ресурсов, услуг и продукции, осуществляемая библиотекой, комплекс мероприятий и средств, которые воздействуют на потребителя информации в желательном для библиотеки направлении.

 Цельбиблиотечной рекламы – оповещение потенциальных читателей о библиотечно-информационных ресурсах, изданиях и услугах, предоставляемых библиотекой.

Можно выделить следующие **основные направления** в этой сфере:

 • реклама библиотеки и библиотечных услуг;

 • использование Интернет-ресурсов в продвижении книги и чтения;

• организация рекламных библиотечных акций;

• внедрение инновационных библиотечных форм ;

 • организация библиотечных рекламных акций, конкурсов;

 • мониторинг организации библиотечной деятельности и качества услуг

 • развитие социального партнерства и волонтерского движения;

 • разработка собственного фирменного стиля библиотеки, рекламной продукции;

• развитие рекламно-издательской деятельности библиотек;

 • взаимодействие со средствами массовой информации;

**Массовые мероприятия** – самая популярная реклама библиотеки. Зрелищная информация хорошо воспринимается аудиторией, увеличивает приток пользователей, побуждает многих людей обращаться к литературным первоисточникам. Кроме того, каждое массовое мероприятие библиотеки рекомендуется сопровождать рекламными изданиями, а также использовать мультимедийные технологии: слайд-шоу, электронные презентации, Book-презентации, виртуальные и электронные экскурсии, электронные журналы.

Решающую роль в формировании общественного мнения о библиотеке играют **СМИ - газеты, радио, телевидение.** Умело используя эти контакты, библиотека может менять свой образ. В ряде регионов страны библиотеки сами выпускают свои библиотечные газеты, историко - литературные альманахи, вестники и др.

Сегодня практически в каждой библиотеке есть **информационно-рекламные стенды**, где размещается социально значимая, правовая и деловая информация. Стендовые презентации представляют собой демонстрацию фактов и идей с использованием рисунков, эскизов, диаграмм, таблиц и других декоративных элементов. Эта форма удобна там, где нет возможности поместить большой материал из-за недостаточных площадей или ограниченности времени.

 **Наружная реклама** – это тоже элемент привлечения населения в библиотеку. Примером могут служить баннеры, призывающие к чтению книг. Новые информационно-коммуникационные формы должны активнее использоваться и в практике работы библиотек.

 В век информационных технологий все более популярной становится **библиотечная реклама в Интернет** – через сайты, порталы, блоги, социальные сети. Компьютерная реклама – рекламная информация, поступающая на компьютерные терминалы и на экранные табло. Компьютерные сети – популярные и эффективные носители и каналы распространения рекламной информации.

Наиболее популярной в библиотечной деятельности является **печатная реклама,** которая на сегодня представлена самыми разнообразными изданиями: листовки, афиши, плакаты, буклеты, проспекты, сборники, пресс-релизы, информационные рекомендательные списки литературы; объявления и пригласительные билеты, памятки и закладки для читателей. Желательно, чтобы каждая библиотека выработала свой авторский стиль и все виды печатной продукции должны иметь свой фирменный знак, логотип.

 Положительно работают на имидж библиотек их **участие в общегородских или поселковых, сельских мероприятиях,** таких, как «День города», «День села». С целью создания положительного образа библиотеки можно проводить **творческие фотоотчёты** перед населением.

 **Словарь:**

Афиша — рекламное или справочное листовое издание, оповещающее о каком-либо культурном мероприятии и предназначенное для расклейки. Баннер — 1) напечатанное на полотне (ткани) изображение для магистральных щитов; 2) рекламный плакат, выполненный в виде флага с напечатанным на нем рекламным объявлением; 3) изображение или текстовый блок на web-сайте, являющийся гиперссылкой на сайт рекламодателя, где находится подробное описание продукта или услуги. Билборд — отдельно стоящий крупноформатный рекламный щит. Бланк — листовое издание, содержащее элементы фирменного стиля или информацию постоянного характера и предназначенное для последующего письменного заполнения. Бродсайт — листовой рекламный материал большого формата, который складывается и рассылается по почте без конверта. Буклет — издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым способом в два или более сгибов. Воблер – напечатанный на бумаге и вырубленный рекламный элемент любой формы, имеющий пластиковую гибкую ножку. Вывеска — средство наружной рекламы, наглядное стационарное обозначение места расположения социально значимого предприятия. Гейтфолд — сложенный рекламный вкладыш в журнале. Диспенсер — подставка из жесткой бумаги, картона или пластика с рекламным текстом или изображением. Закладка — листовое издание, полоска бумаги, как правило, с изображением. Каталог — официальное, справочное и (или) рекламное издание, содержащее систематизированный перечень имеющихся в наличии предметов и услуг. Листовка—издание в виде одного или нескольких листов печатного материала любого формата без скрепления объемом от 1 до 4 страниц. Лифлетхолдер — держатель для листовок. Может быть в виде настольной или напольной подставки или настенного кармана. Мобайл — разновидность печатной рекламы, легкая бумажная или пластиковая рекламная конструкция, которая подвешивается к потолку или кронштейну. Плакат — листовое издание в виде одного или нескольких листов печатного материала установленного формата, предназначенное для экспонирования. Постер – однолистный или многолистный красочный рекламный плакат большого формата. Тизер — разновидность баннера, специфическим образом подстроенная под дизайн конкретного сайта. Флаер — небольшая рекламная листовка, как правило, дающая право на скидку. Фолдер — несшитая брошюра или многостраничная (рекламная) листовка. Шелфтокер — полноцветный фигурный рекламный элемент из картона, предназначенный для визуального объединения и выделения на общей полки продукции одной торговой марки. Штендер — переносная рекламная конструкция, устанавливаемая на улице недалеко от фирмы.

 Организация рекламной деятельности в библиотеке и её эффективность оказывают влияние на организацию библиотечного пространства, обслуживание, процесс общения с читателями, тем самым создавая для них максимально комфортные информационные условия, делая посещение библиотеки радостным и запоминающимся.

**Центральная детская библиотека**

 **2017 год**