

УДК 027

**ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ УСЛУГ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ В БИБЛИОТЕКАХ
ЦЕНТРАЛИЗОВАННОЙ БИБЛИОТЕЧНОЙ СИСТЕМЫ ВЗРОСЛОГО
НАСЕЛЕНИЯ ИМЕНИ А. М. ГОРЬКОГО**

Васенкова А. В.

научный руководитель доцент Жуковская Л. Н.

Сибирский федеральный университет

Библиотечная реклама одновременно обладает свойствами, присущими рекламе в целом, а также реализует специфические задачи библиотечной политики. Слияние этих двух начал образует новое качество эффективного библиотечного обслуживания. Библиотечная реклама призвана приобщать людей к культурным и духовным ценностям, заниматься продвижением культурных услуг и интеллектуальной продукции, способствующих раскрытию и популяризации фондов и услуг библиотеки.

Целью библиотечной рекламы является повышение популярности библиотеки (привлечение потенциальных пользователей, создание благоприятного имиджа библиотеки у населения, деловых партнеров) и спрос на ее ресурсы и услуги (уровень информированности читателей, формирование читательских потребностей).

Библиотеки Красноярска накопили значительный опыт использования в своих целях различных рекламных средств. В Красноярске активно работает Централизованная библиотечная система взрослого населения им. А. М. Горького (ЦБС им. Горького), объединяющая городскую библиотеку им. А. М. Горького и 24 филиала. Особенностью данных библиотек-филиалов является их доступность для пользователей/читателей разного возраста. ЦБС им. Горького стремится так организовать рекламную деятельность, чтобы как можно полнее удовлетворять информационные и культурные запросы различных категорий пользователей.

В целях продвижения своей деятельности ЦБС им. Горького использует рекламу в средствах массовой информации, печатную и интернет-рекламу.

Прежде всего, ЦБС им. Горького стремится формировать в общественном сознании образ библиотеки как главного культурного и информационного центра города. В процессе достижения этой цели был задействован целый комплекс средств – от разработки фирменного стиля и изготовления печатно-рекламной продукции до организации конференций и проведения «Дней открытых дверей». Среди средств рекламы, наиболее активно используемых библиотеками, можно назвать наружную рекламу: вывески на здании библиотеки и указатели, размещаемые в вестибюле библиотеки, в оживленных местах. Вывески, наряду с сообщением о названии библиотеки, содержат информацию и о режиме ее работы. Но пока не используются современные объемные вывески (неоновое освещение), преимущество которых заключается в том, что они не только более привлекательны, но и хорошо видны в темное время суток.

Печатно-полиграфическая продукция является наиболее распространенной и активно применяемой в продвижении культурных услуг, предоставляемых библиотекой. Различные по дизайну визитки, буклеты, листовки, афиши содержащие информацию о режиме работы библиотеки, услугах, которые она предоставляет, анонсы текущих библиотечных мероприятий, а также библиографические указатели, помогающие ориентироваться в литературе на определенную тему, получили широкое распространение, как в повседневной деятельности, так и при проведении крупных мероприятий и акций. Более 150 экземпляров печатной продукции распространяется в течение месяца в стенах каждой из библиотек ЦБС, а также различных учебных

учреждений. Печатная реклама, подготовленная библиотеками, удерживает внимание и привлекает читателей. Несомненно, это один из наиболее удобных и недорогих методов продвижения, но он, в первую очередь, подходит для информирования людей уже посещающих библиотеку.

Широкое распространение в библиотеках Красноярска получила реклама в средствах массовой информации. Деятельность городской библиотеки им. А. М. Горького широко освещается в прессе – это, прежде всего, публикации статей, очерков о событиях, проектах и услугах библиотеки, интервью с библиотекарями и читателями. Основными информационными партнерами ЦБС им. Горького являются газеты «Городские новости» и «Красноярский рабочий». За 2013 год о работе библиотек ЦБС в них было опубликовано 16 статей. Данные газеты охватывают большой круг читателей, что позволяет жителям Красноярска систематически получать информацию, связанную с библиотечной деятельностью. Но читателями газет является определенная целевая аудитория населения, и это снижает возможность донесения этих материалов до других групп пользователей.

Сотрудничество с телевидением развивается менее активно, по сравнению с прессой, это обусловлено высокой стоимостью эфирного времени. В основном реклама на телевидении – это небольшие информационные репортажи о Центральной городской библиотеке им. А. М. Горького, а также о деятельности некоторых филиалов, участвующих в крупных городских мероприятиях. За год о библиотеках ЦБС выходит не более 5-6 видеосюжетов.

Центральная библиотечная система имеет возможность продвигать свои услуги в сети Интернет на таких площадках как собственный сайт, блог, а также на страницах социальных сетей, что позволяет удаленным пользователям оперативно находить и получать информацию о библиотеках системы. Данный вид рекламного средства постепенно становится ключевым в продвижении культурных услуг и интеллектуальной продукции библиотек, кроме того большая часть пользователей находится именно в интернет-среде. Поэтому при разработке рекламного сообщения библиотека стремится учитывать особенности развития интернет-технологий и соответствовать их уровню.

Исследование деятельности библиотеки показало, что не все средства активно используются и применяются в рекламной деятельности ЦБС. Слабо развивается наружная и внутрибиблиотечная реклама. Вывески с названиями библиотек, информационные стенды, размещение книг в проемах окон для привлечения внимания читателей – вот и все примеры этих видов рекламы.

Несложно заметить, что используемые в библиотечной системе рекламные методы не требуют больших затрат, но, к сожалению, часть этих методов уже устарела и перестала работать, что указывает на необходимость внедрения новых креативных технологий, позволяющих повысить эффективность рекламы.

Анализ рекламных технологий в ЦБС им. Горького дает основание сделать вывод о том, что ЦБС работает над развитием и продвижением рекламных средств, которые возможно использовать без применения больших финансовых затрат, без привлечения дизайнеров и специалистов по рекламе. Социологические исследования, проведенные автором, подтвердили выводы, сделанные на основе контент-анализа, – в ЦБС им. Горького в основном развиваются традиционные средства рекламы.

По мнению автора, одним из способов привлечения финансовых средств, приобретения оборудования и привлечения специалистов может стать проектная деятельность библиотеки. Заслуживает внимания концепция проекта по организации библиотечной площадки, которую библиотеки смогут развернуть на Красноярской ярмарке книжной культуры (КРЯКК), где ЦБС сможет представить свою рекламную

продукцию и познакомить посетителей со своей деятельностью. Компонентами рекламного сопровождения библиотечной площадки будет являться: наружная, печатная, радио и видео реклама, интернет реклама; будет разработан единый рекламный стиль, выбраны индивидуальные дизайн, цвета.

Проект предусматривает поиск креативных рекламных решений на всем маршруте продвижения библиотечной площадки: формирование стратегии коммуникационной деятельности в целом, выбор каналов коммуникации и форм работы с целевыми аудиториями, создание визуального (рекламные образы) и вербального ряда (слоганы, ключевые сообщения), мероприятия и разработка идеи локальных акций в процессе продвижения площадки.

В программе библиотечной площадки ведущей коммуникационной технологией является создание специальных событий – мероприятий, направленных на достижение имиджевых, информационных и рекламных целей. Креативная идея – это своеобразный художественный стержень, который будет определять стилистику этих мероприятий, их настроение, атмосферу, декорирование пространства. Организаторы библиотечной площадки в числе рекламных мероприятий проведут презентацию о бытовании и трансформации книги в современном мультимедийном культурном пространстве. Все мероприятия будут проводиться ЦБС в тесном сотрудничестве с деловыми, общественными, научными организациями города.

Рекламная кампания площадки поможет продвигать деятельность библиотек Красноярска и их интеллектуальных продуктов, увеличивать потенциальную аудиторию читателей.