

«PR И ВНЕШНИЕ СВЯЗИ БИБЛИОТЕКИ»

Материалы областного семинара



6 декабря 2013 года при поддержке Министерства культуры Омской области в Омской областной библиотеке для детей и юношества состоялся областной семинар «PR и внешние связи библиотек».

Основной докладчик семинара – Лариса Александровна Паутова, директор проектов Фонда Общественного Мнения, доктор социологических наук (город Москва) – специалист независимой социологической службы – одной из крупнейших российских компаний на рынке опросов общественного мнения. Доклад Л.А. Паутовой можно посмотреть на сайте областной библиотеки для детей и юношества <http://oubomsk.ru>

Данный сборник содержит опыт работы по теме семинара специалистов муниципальных библиотек города Омска и Омской области.

PR и внешние связи библиотеки: материалы областного семинара (6 декабря 2013 года) /Областная библиотека для детей и юношества, организационно-методический отдел; сост. З.П. Гурьян.– Омск, 2013.– 35 с.

Программа областного семинара
«PR и внешние связи библиотеки»

09.00-10.00 Регистрация участников семинара

БУК «Областная библиотека для детей и юношества» (город Омск, ул. Красный Путь, 81)

10.00-12.00 Новое общество. Новые дети. Новые коммуникации

Лариса Александровна Паутова, директор проектов Фонда Общественного Мнения, доктор социологических наук (город Москва)

12.00-13.00 Перерыв

13.00-14.00 Эффективные модели внешних коммуникаций библиотеки: опыт реализации БУК Омской области «ОГОНБ им. А.С. Пушкина»

Оксана Викторовна Московцева, заместитель директора по библиотечной работе БУК Омской области «ОГОНБ им. А.С. Пушкина»

14.30-15.00 Вкусный образ: рецепт приготовления

Наталья Олеговна Сиппель, специалист отдела развития и внешних коммуникаций Центральной городской библиотеки БУ г. Омска «Омские муниципальные библиотеки»

15.00-15.30 Опыт муниципальных библиотек Омской области

Партнерство как фактор успеха в работе с молодыми пользователями библиотеки

Елена Владимировна Крутова, заведующий сектором электронной информации МУК Кормиловского муниципального района «Кормиловская межпоселенческая центральная библиотека»

Внешние коммуникации и PR инструменты библиотек Тюкалинского района

Ирина Евгеньевна Полеганова, методист по работе с детьми центральной детской библиотеки БУК Тюкалинского муниципального района Омской области «Тюкалинская централизованная библиотечная система»

Развитие партнерских отношений и реклама библиотеки в рамках работы с молодежью: опыт Тарской центральной районной библиотеки

Наталья Михайловна Алёшина, заведующая сектором по работе с молодежью и юношеством МБУК «ТЦБС», Тарская центральная районная библиотека

15.30-15.45 Подведение итогов

Вкусный образ: рецепт приготовления

Н.О. Сиппель, специалист отдела развития и внешних коммуникаций Центральной городской библиотеки БУ г. Омска «Омские муниципальные библиотеки»

Понятие «имидж» впервые возникло в условиях экономической и политической конкуренции. Со временем забота об имидже стала наблюдаться и в некоммерческих организациях, так называемом, третьем секторе.

Библиотеки никогда не участвовали в конкурентной борьбе за прибыль или место в политике. Наш интерес заключается не в борьбе, а в поиске. Поиске новой аудитории, новых путей развития, своего места в обществе. Задача библиотек сегодня – всегда оставаться по вкусу своим пользователям, не забывая при этом, что вкусы у всех разные. Библиотекари должны не только знать, из каких ингредиентов состоит образ, приготовленный для конкретной группы читателей, но и понимать, в каком виде его подать.

- дружелюбный и яркий образ для детей
- современный пикантный образ для молодёжи
- надёжный, полезный, вызывающий доверие – для взрослого поколения

Итак, рассмотрим три основных пути формирования привлекательного образа библиотек и установления общественных связей:

- SMM (Social Media Marketing),
- EVENT-маркетинг и
- социальное проектирование.

Социальное проектирование – один из самых распространённых и освоенных библиотеками способ формирования позитивного имиджа учреждения.

2011 год – проект «Компетентная мама». На базе пяти муниципальных библиотек были созданы информационно-просветительские центры по вопросам семьи, материнства и детства. На сайте омских муниципальных библиотек в режиме on-line были организованы юридические консультации для будущих и молодых родителей. А осенью 2012 года – представлены «Советы бывалых мам» – видеоконсультации, где мамы и бабушки разных профессий рассказывали об интересных случаях из жизни своих детей и внуков, делились секретами воспитания, давали советы. Короткие видеоролики завоевали интерес аудитории, набрав более 500 просмотров в Интернете.

К работе над проектом «Компетентная мама» мы постарались привлечь специалистов разных профессий, тем самым решили одну из задач социальных проектов – повышение гражданской активности населения.

Обращаю ваше внимание на тот факт, что реализация проекта стала возможной благодаря поддержке Благотворительного фонда культурных инициатив (Фонда Михаила Прохорова).

Выиграв Грант в размере 250 тысяч рублей, мы приобрели технику для центров: 5 ноутбуков и программное обеспечение к ним, проектор, проекционный экран, акустическую систему.

В январе 2013 года началась реализация ещё одного грантового проекта «On-line-решения для старшего поколения». Этот информационно-образовательный проект призван помочь пожилым

людям и людям с ограниченными возможностями здоровья преодолеть социальную и культурную изоляцию.

В 2014 году омские муниципальные библиотеки приступят к реализации очередного социального проекта. На этот раз в библиотеках, вновь благодаря грантовой поддержке Фонда Прохорова, будут организованы семейные фотостудии.

Отдел развития и внешних коммуникаций уже приступил к подготовительному этапу, проведены консультации специалистов библиотек-участниц проекта и составлен план обучающих занятий и мероприятий.

Очевидно, что недостаточное финансирование не является препятствием для воплощения идей. Библиотекари умеют самостоятельно искать средства для обеспечения своей деятельности. Работают не только с благотворителями и грантодающими фондами, но и осваивают спонсоринг и фандрейзинг.

Проект «Сказочная почта Деда Мороза», инициированный департаментом культуры Администрации города Омска, уже 4-й год дарит новогоднее чудо детям и взрослым. Задачи проекта – развить творческие способности детей и привлечь внимание к библиотекам города. В рамках проекта за счёт спонсорских средств прошла благотворительная акция «Общие дети» в детских домах города Омска.

Проект вызывает действительный интерес у городских СМИ, журналисты следят за почтой и стараются принять участие в её работе, добыть свежую и интересную информацию.

В 2013 году проект стартовал 15 ноября и уже стал поводом для 2 видеосюжетов, 23 публикаций в

сети Интернет и печати. По электронной почте уже принято 83 письма.

Из всего вышесказанного следует вывод о том, что именно реализация социальных проектов позволяет нам сделать свою жизнь и жизнь окружающих лучше, комфортнее, а значит, способствует формированию положительного имиджа учреждения.

Следующий способ установления связей с общественностью – это Ивент-маркетинг. В переводе с английского event – это «событие». Задача заключается в том, чтобы из банального мероприятия сделать настоящее событие, которое будут вспоминать и после его окончания.

В один из сентябрьских дней этого года центральная часть города Омска превратилась в территорию исторического состязания «Ключи от прошлого» с непростыми заданиями, головоломками и замысловатыми вопросами. Здесь в традициях квеста была проведена командная игра, основанная на городском ориентировании, включающая погони и решение задач с главной целью – быстрее всех найти конечную точку на местности. Таким образом, библиотекари впервые выступили в роли организаторов одной из игр, достойных войти в сеть ENCOUNTER.

Разработка проекта началась с определения целевой аудитории – это первое правило событийного маркетинга. Сразу отмечу и второе правило – мероприятие должно стать новостью. Чтобы одновременно «поймать двух зайцев», мы использовали адресную рассылку писем-приглашений в конкретные организации, участие которых в квесте

привлекло бы внимание СМИ. Необходимо помнить о том, что история города (а ведь квест исторический) складывается из судеб людей, живущих в нём, поэтому мы пригласили молодых сотрудников тех организаций и предприятий, которые стали ключевыми в развитии не только города и области, но и всей страны. Это крупные представители промышленности, финансовой сферы, стражи закона.

В неожиданной для себя роли выступили и журналисты, мы предложили им быть не просто хроникёрами происходящего события, но и участниками квеста, так образовалась ещё одна команда – сборная омских СМИ. Тем самым мы выполнили третье правило событийного маркетинга – информационная поддержка мероприятия.

Формируя состав участников, мы воспользовались и традиционными способами рекламы и продвижения события, а именно: рассылка пресс-релиза в ведущие средства массовой коммуникации города, размещение информации и ролика-тизера на официальном сайте омских муниципальных библиотек и в группе «ПРО ЧТЕНИЕ В ОМСКЕ» в социальной сети «ВКонтакте». На сайте была открыта on-line-регистрация, которая дала нам заявки от Молодёжного совета КТОСа «Ленинский» и Волонтёрского центра ОмГУПС.

Ограниченность пространства и времени – четвёртое правило ивент-мероприятия. 9 команд по 5 человек встретились на площади им. И. Бухгольца у памятного знака «Держава» (место основания города), где получили маршрутные листы со станциями, карту территории квеста и подсказку на первую станцию. Маршрут нашего квеста составил около 3-х

километров, каждую из 9-ти станций участники игры могли найти по специальным загадкам. В качестве станций мы выбрали определённые места исторического значения: здания, памятники, части улиц, где прибытия команд ожидали наши координаторы, узнать которых можно было по синим футболкам с призывом «Омск, читай!». На станциях команды выполняли различные задания, чтобы получить ключи, открывающие тайну местонахождения финиша квеста. Если участники не могли с чем-то справиться, то им предлагалось выполнить штрафное задание».

В организации и проведении мероприятия было задействовано более 20-ти сотрудников муниципальных библиотек, каждый – в корпоративной футболке и шейной косынке, ведь, говоря на языке бизнеса, тотальное присутствие бренда – это пятое правило событийного маркетинга.

Определяя станции и разрабатывая задания, мы старались показать молодым омичам, какую роль занимал город в развитии российской истории. Рассказать, каким образом становление омской городской среды повлияло на технический прогресс страны, на формирование политического сознания, на развитие культуры и искусства, познакомить с биографией людей, прославивших Омск. Все задания и подготовленные материалы квеста – авторские, то есть уникальны и оригинальны – а это следующее (шестое) правило ивент-мероприятия.

Пройдя все 9 станций, на последней из них команды обменяли свои ключи на подсказки о месте финиша квеста – это слова: порох, маяк, основатель, цепи, берег, устье, замки, выстрел, ядро.

Вы догадались, о чём идёт речь?

Такой ассоциативный ряд всех безошибочно привёл к памятнику «Пушка» на речном вокзале. Именно здесь по историческим данным находится место высадки Ивана Бухгольца, основателя города Омска.

Рассказав о составляющих нашего квеста, я ещё ни разу не назвала бюджет. Ведь для многих библиотечных идей камнем преткновения становится именно недостаток финансовых средств. Где найти призы, подарки, чем угостить – попутные вопросы любого игрового ивент-мероприятия. Достичь прибыли при минимальных затратах – седьмое правило событийного маркетинга. Конечно, бизнесу проще – что продвигаем, то и дарим. А что может подарить библиотека?

По традиции квестов формирование призового фонда происходит из личных взносов команд, но нам такой вариант не подходит, ведь мы хотели создать настоящий праздник для наших участников – удовольствие, за которое не надо платить.

Создать атмосферу праздника нам помогли спонсоры: кондитерская «Луговская слобода» предоставила командам вкусные горячие пироги, минимаркет «Букетoff» подарил участникам оригинальные цветочные композиции, кафе «Карамель» – команде-победителю большой торт с надписью «Победитель городского исторического квеста «Ключи от прошлого», кстати, сладкий подарок достался команде Управления Федеральной службы судебных приставов России. Также команда приставов получила кубок победителя, изготовленный отделом дизайна Центральной городской библиотеки. Ценным

подарком для команд стали фотоальбомы «Старый Омскъ. Иллюстрированная хроника событий. Начало XVIII – начало XX вв.», где собраны уникальные исторические фотографии и лучшие работы омских фотохудожников. Подарочные издания предоставлены издательством «ЛЕО». Так, не потратив собственных денег, мы сформировали призовой фонд на 15 тысяч рублей.

По итогам нашего квеста мы обнаружили более двадцати сообщений в различных средствах массовой коммуникации города. А официальная группа «ПРО ЧТЕНИЕ В ОМСКЕ» в социальной сети «ВКонтакте» значительно пополнилась новыми участниками.

Продвижение в социальных медиа и блогосфере, создание и ведение онлайн-сообществ в популярных социальных сетях – это также один из способов установления общественных связей, то есть SMM (Social Media Marketing). Почему не стоит игнорировать этот вид связи с общественностью?

Значительную часть аудитории социальных сетей составляют люди активные и способные к чтению. Обвинять молодёжь в нечтении стало невероятно модным, но попробуйте представить, сколько всего прочитывает один Интернет-пользователь, подписанный на сотни публичных страниц в Twitter или «ЖЖ», в течение дня!

Обратите также внимание на анализ наиболее популярных групп Вконтакте, которые посвящены чтению. Их подписчиками являются тысячи и даже сотни тысяч человек!

Twitter, Вконтакте и Facebook являются основными площадками в Интернете, дополнительными – LiveJournal, YouTube, Instagram.

Возникает вопрос: в чём кроссплатформенность соцсетей?

Рекламная компания Primax Digital в своих исследованиях говорит о том, что один пользователь сети Интернет имеет в среднем до 5 активных аккаунтов в разных социальных сетях. Возможно, это не так уж и много, если не одно но: во всех пяти аккаунтах он разный! Он читает разный контент, он может по-разному реагировать на контент: делится/не делится, комментирует/не комментирует, пишет сам/читает других.

Он раскрывает о себе разную информацию, и по-разному подаёт себя для своего круга общения (который тоже может отличаться!) Что в такой ситуации делать библиотекам? Регистрироваться везде? Конечно, нет. Сосредоточиться можно лишь на 2-3. Как их определить?

Существует стратегия сочетания социальных сетей: Facebook + Instagram – самая популярная в бизнесе, используется во время различных фотоконкурсов, викторин, когда необходимо создать фотографию. Facebook в этом случае исполняет роль сборщика лучших пользовательских фотографий по хештегам.

Facebook + Twitter + YouTube + Instagram – вновь одна из самых популярных стратегий крупных бизнес-корпораций. Почему? Все очень просто: мы живём и работаем в эру визуального контента и «клипового сознания». Это не значит, что теперь библиотеки вместо книг должны закупать видеоборудование и создавать только видеоролики, но осваивать эти технологии и графические редакторы, конечно, стоит: уже в 2014 году 90% мирового Интернет-трафика будет

составлять видео-контент. Как это работает? Выкладываем, например видеоотчёт с мероприятия на YouTube, делаем об этом пост на Facebook, репост в Twitter и анонс в Instagram. Цепь замкнулась. Вконтакте + Twitter + YouTube + Instagram. Здесь «сердце» потока информации – Twitter. Это лишь самые очевидные примеры, и совсем не значит, что эксперименты недопустимы. Напротив! Можно пробовать разные сочетания соцсетей.

SMM омских муниципальных библиотек строится по следующему принципу: YouTube + Вконтакте + SMO (Social Media Optimization) web-представительства.

На нашем канале YouTube можно встретить годовые видеоотчёты библиотек, презентационные фильмы о библиотеках системы, видеоролики о проектах. Самым популярным на сегодняшний день является буктрейлер, снятый по книге Роберта Удалого «Сказания о славном городе Омске», 1 543 просмотра.

Рекламный ролик книги стал обладателем специального приза на Всероссийском конкурсе-параде буктрейлеров, проходившем в Москве в этом году. Участниками конкурса стали более 400 человек из России и стран СНГ, награды конкурса достались лишь 8-ми. Судя по комментариям, оставленным к ролику посетителями сайта конкурса, буктрейлер по книге Роберта Удалова посмотрели в США, Германии, Канаде, Австралии, Франции, а также во многих городах нашей страны. В буктрейлере главный герой – читатель – с помощью книги путешествует из настоящего в прошлое Омска, знакомится с историческими событиями, происходившими в городе в разные периоды и ставшими ключевыми в развитии политики,

экономики и культуры России. Авторами ролика были использованы документальные фото- и видеоматериалы об Омске из открытых Интернет-источников.

Оптимизация под социальные медиа предполагает добавление на сайт специальных виджетов и кнопок, позволяющих поделиться с друзьями информацией, размещенной на страницах сайта.

Например, новостью, которой поделились 43 человека, стал пресс-релиз о городском историческом квесте. 24 репоста у сообщения об участие омских муниципальных библиотек во Всероссийском конкурсе буктрейлеров. Так запускается своеобразная «цепная реакция», при помощи которой не только передается информация о библиотеках, но и улучшаются позиции сайта в поисковиках, потому что все «дружеские» ссылки в соцсети повышают рейтинг ресурса в глазах поисковых роботов.

Социальная сеть ВКонтакте представляет собой невероятно удобный маркетинговый инструмент: с помощью разнообразных сообществ библиотеки могут привлечь новых пользователей, предложить свои услуги, анонсировать акции и специальные мероприятия.

Сообщество муниципальных библиотек «ПРО ЧТЕНИЕ В ОМСКЕ» было создано в 2009 году в рамках проекта «Мобильная книга». Оно задумывалось как группа, где единомышленники смогут обмениваться мнениями на книжные темы, а также узнавать новости культурной жизни города.

НО всё это актуально только для группы с большим количеством участников и ежедневных

посещений. Вопрос: как привлечь? В чём секрет? В регулярном наполнении сообщества свежим и уникальным контентом.

Сегодня группа «ПРО ЧТЕНИЕ В ОМСКЕ» активно использует формат неформального on-line общения, публикуя в микроблоге остроумные изречения и посты о чтении, при этом также информируя членов сообщества о различных мероприятиях и акциях городских библиотек.

Информацию в микроблоге и альбомах группы может разместить не только администратор, но и участники, которые помещают ссылки на интересные литературные тесты и конкурсы, анекдоты и афоризмы, объявления. В группе можно найти фото памятников литературным героям из разных городов мира, узнать, что любят почитать на досуге Орlando Блум, Гарри Поттер и другие звезды Голливуда. Уникальность группы в том, что среди подписчиков практически нет библиотекарей, что интересно, и пользователей библиотек здесь тоже практически нет, но все наши подписчики вовлечены в библиотечную жизнь.

Именно пользователи соцсети, случайно увидевшие новость и вступившие в нашу группу стали участниками таких городских мероприятий, как «Библионочь», «Живая книга», «Фотокросс», городской квест.

Предлагаю вам познакомиться с On-line-играми – любимейшей нашим подписчикам формой виртуального интеллектуального отдыха. Начало положила игра «Экранизации», где в качестве заданий предлагались кадры из зарубежных и отечественных фильмов, снятых по мотивам известных литературных

произведений. Главный приз – виртуальный подарок и звания «Мозг недели» или «Книжный червь». Цель игры в том, чтобы участники воскликнули: «Не может быть! Надо срочно перечитать!», чтобы молодые люди смогли заново открыть для себя уже известных авторов и лучше узнать современных писателей.

Когда игра получила живой отклик участников, появились игры: «Угадай мелодию» и «Литературные ассоциации». Обе они построены по тому же принципу, что и «Экранизации», только в качестве заданий предложены не кадры из фильмов, а музыкальные темы и предметы, которые могут вызвать у участников ассоциацию с тем или иным художественным произведением. Правильным ответом по-прежнему являются имя автора и полное название загаданного произведения.

В конце сентября и начале октября этого года в Рязанской Областной научной универсальной библиотеке им. М. Горького проходил V Форум молодых библиотекарей России – 2013 под девизом «Будущее в настоящем». В Рязань съехались 190 молодых, активных и перспективных участников из 35 регионов России.

Проект Юлии Потехиной «Online-игры в социальной сети "ВКонтакте"» стал лауреатом конкурса «Лидер молодежного движения России-2013» в специальной номинации года «Молодые в библиотечном деле: видение дня вчерашнего, сегодняшнего и завтрашнего». Награждение состоялось в рамках форума.

В on-line-играх молодежь привлекает не только подарок – показатель социального статуса в виртуальном мире, но и здоровое соперничество,

общение с единомышленниками, возможность использования различных поисковых систем в процессе игры. Многие участники даже признаются в комментариях, что они «гуглят», пытаясь найти ответ. Азарт, отсутствие назидательности и дидактизма позволяет молодым людям раскрыться и общаться на равных.

И в завершение выступления – немного статистики:

Сегодня в группе «ПРО ЧТЕНИЕ В ОМСКЕ» 616 участников.

Более 300 посещений на сайте ежедневно.

У нас более 100 организаций-партнёров.

В 2013 году мы разместили на сайте 800 пресс-релизов.

Местные телекомпании сняли о нас десятки видеосюжетов, газеты написали более 50-ти публикаций, а в Интернете омским муниципальным библиотекам посвящено более 300-т сообщений.

Всё это благодаря верному сочетанию ингредиентов позитивного «вкусного», привлекательного, имиджа и правильному выбору способа его подачи, будь то event-менеджмент, социальное проектирование или социальный медиа маркетинг.

Партнерство как фактор успеха в работе с молодыми пользователями библиотеки

*Е.В. Крутова, заведующий сектором
электронной информации МУК
Кормиловского муниципального
района Кормиловская
межпоселенческая центральная
библиотека»*

В своей деятельности Кормиловская Центральная библиотека успешно сотрудничает с различными организациями и учреждениями поселка. Установление партнерских отношений с образовательными, досуговыми учреждениями, с государственными и общественными организациями позволяет не только привлечь молодежь в библиотеку, но и улучшить качество мероприятий для молодежи.

В работе с молодежью Центральная библиотека координирует свою деятельность с общеобразовательными школами, Детской школой искусств, «Районным Домом культуры», Домом детского творчества, районным историко-краеведческим музеем, Департаментом ЗАГС по Кормиловскому району, Комитетом по молодежной политике, Кормиловским Храмом Иоанна Предтечи, территориальной избирательной комиссией, СМИ.

Позитивным примером сотрудничества библиотеки с учреждениями и организациями района могут служить совместные мероприятия, проведенные в течение года.

Одним из самых ярких мероприятий, организованных в 2013 году библиотекой совместно с другими учреждениями культуры, стала молодежная

перформанс-акция «Дебют». Успех в молодежной аудитории был обеспечен не только интересным форматом мероприятия, но и рекламой с привлечением СМИ. Были подготовлены красочные пригласительные, афиши, программки, задействована районная газета «Нива» и телерадиокомпания «Кормиловские просторы». Рекламный ролик об акции целую неделю транслировался в телеэфире. Партнерами и спонсорами оригинального мероприятия стали специалисты учреждений культуры и образования.

Основное содержание акции – встреча молодых талантливых людей в пространстве библиотеки, где они получили возможность проявить себя, продемонстрировать своё искусство. Художественное действо происходило в каждом зале библиотеки. Была оформлена экспозиция изобразительных работ учащихся детской школы искусств «Картины юных мастеров»; работало «Литературное кафе», в меню которого были винегрет из поговорок, салат из афоризмов, канапе из японских хокку, конфеты с поэтической начинкой.

Акция началась с интерактивной лекции о современном искусстве, которая сопровождалась показом работ мастеров стрит-арта, боди-арта, оптического искусства. На абонементе все желающие могли посетить портретную мастерскую художника и салон боди-арта «Разноликий грим», где работали молодые художницы. Перформанс-спектакль «Вся жизнь – игра» вел режиссер Кормиловского народного театра И.В. Нечаевой и каждый мог опробовать свои силы в актерском мастерстве. На музыкально-поэтическом рандеву «Из музыки и слов» участники ансамбля «Бригантина» не просто исполняли

бардовские песни, а постарались вовлечь в этот процесс всех присутствующих. В этот день в библиотеке царила атмосфера творчества и единения. Перформанс-акция «Дебют» получила отличные отзывы участников.

День национальных культур «Крепка российская порода, в единстве сила нашего народа» также может стать примером успешного партнерского сотрудничества. Рассказ о культуре и быте казахского, белорусского, узбекского, русского народов иллюстрировался музыкальными номерами студии «Солнцеворот» Дома детского творчества, семьи Байменовых, учащихся Детской школы искусств, Новосельского сельского Дома культуры.

Прочные партнерские отношения сложились у библиотеки с территориальной избирательной комиссией. Мероприятия при участии членов территориальной избирательной комиссии для молодежи проходят ежегодно. В этом году ко Дню молодого избирателя успешно прошла деловая игра «Я голосую впервые!». Игра представляла собой импровизированные выборы депутата в Школьный парламент и читальный зал на время превратился в избирательный участок. Деловая игра предполагала не только проверку знаний законодательства, но и состязательный момент. Председатель территориальной избирательной комиссии – М.И. Щукин – комментировал каждый этап игры и давал подробные разъяснения по процедуре голосования. Заключительным этапом игры стало тайное голосование за понравившегося кандидата.

Совместно со специалистом департамента ЗАГС Н.Г. Яценко и священнослужителем Кормиловского

Храма отцом Сергием было проведено ток-шоу «Браки бывают...». Почему был выбран именно такой формат встречи? Потому что хотелось живого общения, интересных вопросов. А ребятам хотелось больше узнать о правовых основах семейных отношений, о браке по православным канонам. На наш взгляд, общение получилось. В завершении ток-шоу ребята приняли участие в тренинге «Готовность молодых людей к браку и семье». Молодые люди попытались составить идеальный брачный договор между будущими супругами. Договор был прокомментирован специалистом ЗАГСа.

На воспитание у подрастающего поколения вдумчивого и бережного отношения к природе был ориентирован экологический вечер «Завещано беречь нам эту землю». Специалист администрации Кормиловского городского поселения Т.В. Верьялов, специалист главного природоохранного управления А.А. Коваль подробно осветили экологическую ситуацию в Кормиловском районе, рассказали старшеклассникам Кормиловского лицея о тех мерах, которые принимаются для выравнивая природного баланса.

Своевременным и полезным для библиотечных специалистов Кормиловского района был семинар «Библиотека для молодых: современная, интересная, необходимая». Семинар прошел при участии директора муниципального учреждения «Кормиловский молодежный центр» В. Е. Кеменчежи, которая осветила состояние молодежной политики в Омском регионе и работу Молодежного центра. Библиотечные специалисты Кормиловского района познакомились с

основными тенденциями и новыми практиками библиотечного обслуживания молодежи.

Важная составная часть рекламной и информационной работы библиотеки – сотрудничество со СМИ: информация о проведенных массовых мероприятиях размещается на страницах районной газеты «Нива» и в эфире телерадиокомпании «Кормиловские просторы». В новостных программах КТРК «Кормиловские просторы» были освещены крупные молодежные мероприятия Центральной библиотеки: «Молодежная перформанс-акция Дебют», акция «Интернет-мания», деловая игра «Я голосую впервые!» и другие. Регулярное размещение информации в СМИ повышает престиж библиотеки, позволяет привлечь внимание к библиотеке и библиотечным мероприятиям.

Мы, кормиловские библиотекари, глубоко убеждены в том, что деловое партнерство, взаимодействие с учреждениями и организациями района обогащает возможности библиотеки, делает библиотеку востребованной в местном сообществе, позволяет показать молодежи привлекательность библиотеки.

Внешние коммуникации и PR инструменты библиотек Тюкалинского района

И. Е. Полеганова, методист по работе с детьми центральной детской библиотеки БУК Тюкалинского муниципального района Омской области «Тюкалинская централизованная библиотечная система»

Известная русская пословица гласит «Добрая слава дороже богатства». Это высказывание в полной мере можно применить к работе библиотек Тюкалинского района.

Библиотечное окружение, среда, в которой существуют библиотеки в настоящее время, претерпевают значительные изменения. Сегодня каждая библиотека должна доказать свою нужность, показать чем она может быть полезна для местного сообщества. При грамотно разработанной PR-кампании и постоянной работе в этом направлении библиотека может повысить свой престиж и престиж профессии, что в свою очередь, поможет обществу лучше понять ценность библиотек. Говоря о конкретных примерах PR и рекламной деятельности библиотек БУК «Тюкалинская ЦБС», можно выделить несколько ключевых направлений:

Работа со СМИ: Библиотеки Тюкалинского района активно сотрудничают с местными средствами массовой информации – газетой «Тюкалинский вестник», Тюкалинским филиалом ГТРК «Омск».

Совместно с редакцией газеты «Тюкалинский вестник» успешно реализуются многие проекты. Сотрудники библиотеки участвует в создании рубрик «Литературные страницы» и «Страница молодого избирателя». Всего на страницах газеты «Тюкалинский вестник» размещается в среднем 50 материалов в год о деятельности библиотек района.

Говоря о сотрудничестве с телевидением необходимо сказать о том, что ни одно значимое событие в жизни библиотек не обходится без присутствия журналистов Тюкалинского филиала ГТРК «Омск». Все видеоматериалы, касающиеся

деятельности библиотек района размещены на сайте центральной районной библиотеки. Это дает положительные результаты – о нас знают, мы интересны местному сообществу.

Следующее направление PR-деятельности библиотек района: различные формы привлечения читателей и продвижение библиотек. Одним из ярких примеров такого продвижения является их участие во всех мероприятиях районного уровня. В 2013 году Тюкалинск отметил 190-летие со дня присвоения статуса города. В подготовке к празднованию этой даты библиотеки района приняли активное участие. Выразилось это в организации библиотечных мероприятий, библиотечных экспозициях, посвященных Тюкалинску; в организации районных творческих конкурсов посвященных городу; выпуске поэтических сборников и организации выставок творческих работ читателей; помощи в организации привлечения населения к празднованию юбилея города; организации творческих площадок в рамках празднования юбилея. Все эти мероприятия приводят к тому, что библиотека становится центром досуга, местом, куда люди с удовольствием идут и где реализуют свои творческие таланты.

В 2014 году город Тюкалинск отпразднует еще один юбилей 255-летие со дня основания. И в нем библиотеки обязательно найдут возможность быть нужными.

Еще одним направлением в рекламной деятельности библиотек Тюкалинского района является выпуск и распространение информационно-рекламной и сувенирной продукции: листовок, буклетов, брошюр, закладок, календарей, блокнотов.

Эта форма работы известна давно и вполне традиционна, что, однако, не умаляет ее эффективности. Продукция становится дополнением к проводимым библиотеками мероприятиям, акциям. Красочные приглашения и объявления помогают настроить аудиторию на определенную тематику. Календари, блокноты, визитки позволяют продвигать информацию о библиотеке и оставить о ней доброе воспоминание.

В связи с изменением структуры информационного пространства работа с электронными и интерактивными проектами в библиотеках становится наиболее эффективной. Создание сайтов Тюкалинской центральной районной библиотеки и центральной детской библиотеки позволяет библиотекам стать ближе к своим пользователям. На сайте центральной районной библиотеки популярны различные интернет-викторины и интернет-опросы среди читателей. Более 70 материалов о деятельности БУК «Тюкалинская ЦБС» размещается ежегодно на сайте Тюкалинского муниципального района.

Библиотекам района еще много предстоит сделать для позиционирования во всемирной сети – это развитие уже созданных и создание новых сайтов для библиотек-филиалов муниципального района, использование новых форм работы в Интернет по продвижению библиотек и привлечению новых пользователей.

Установление долгосрочных отношений с внешними организациями повышает эффективность работы библиотек района, поскольку партнерские отношения позволяют привлекать к реализации

библиотечных проектов новые ресурсы и финансовые, и информационные.

Конечно в первую очередь это органы местной власти. В настоящее время Тюкалинск вступил в новый этап социально-экономического развития. Реализуются инвестиционные проекты, реконструируются объекты культурного наследия, вкладываются средства в развитие культуры, образования, здравоохранения. В 2013 году при администрации Тюкалинского района создано общественное объединение «Информационный центр», цель которого повышение информированности населения о ходе социально-экономического развития района, о деятельности органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения. Участие библиотек в работе объединения заключается: в обеспечение обратной связи с населением в деятельности органов местного самоуправления, во внедрении новых форм и каналов информированности населения.

Библиотеки района оказывают помощь в проведении опросов, посвященных изучению информированности о деятельности органов местной власти, знакомят граждан района, в первую очередь молодежь с видео и печатной информацией о деятельности местных органов власти и о жизни района.

В районе действует программа «Развитие культуры Тюкалинского района на 2012-2015 годы». Создание и принятие этой программы говорит о том, что местные органы власти видят в библиотеках района своих союзников и помощников.

Сотрудничество с властью дает возможность не только для творческого продвижения, но и улучшение материального состояния библиотек. В 2012 году из средств муниципального бюджета было выделено 2 млн. руб. на ремонт центральной районной библиотеки. Проведён текущий ремонт в 17 библиотеках-филиалах. Выделены средства на ремонт и обновление оборудования центральной детской библиотеки. Надеемся, что в скором времени в нашей библиотеке развернется красивый детский Читай-город.

Большие возможности для продвижения в местном сообществе и развития библиотек района дает сотрудничество с территориальной избирательной комиссией. По решению центральной избирательной комиссии РФ в третье воскресенье февраля в стране ежегодно отмечается День молодого избирателя. В 2013 году к этому дню совместно с Тюкалинской территориальной избирательной комиссией среди библиотек был объявлен конкурс на лучшую организацию правового просвещения среди молодежи. В библиотеках, домах культуры, поселковых клубах проводились тематические вечера, часы правовой культуры, викторины, интеллектуальные игры, молодежные акции. Правовое просвещение молодежи стало одним из важных направлений Центра правовой информации действующего при Центральной районной библиотеке.

Библиотеками совместно с отделом по делам молодежи, физической культуры и спорта администрации Тюкалинского муниципального района и территориальной избирательной комиссией администрации Тюкалинского муниципального района

реализуется программа «Молодежь. Государство. Закон».

Эти и другие мероприятия способствуют повышению избирательной активности молодежи, формированию у нее правовой культуры, гражданской позиции, и, конечно же, упрочению позиции библиотек.

Взаимодействие с учреждениями культуры и образования это логичное направление деятельности библиотек района, которое связано с задачами их работы:

культурно-просветительской, образовательной и воспитательной. Все библиотеки в той или форме сотрудничают с дошкольными учреждениями и школами, главным образом в направлении поддержки образовательного процесса. Основные направления работы библиотеки с этими учреждениями: оказание методической, консультативной, информационной помощи преподавателям, воспитателям, работникам клубной системы поддержка их деятельности методико-библиографическими материалами, изданными библиотеками, проведение массовых мероприятий с детьми и подростками. Из отчетов библиотек становится ясно, что наиболее яркими, эффективными, запоминающимися становятся мероприятия, проведенные совместно с сотрудниками клубной системы (праздники, акции, творческие конкурсы и многое другое).

Хочется отметить совместную деятельность библиотек и Тюкалинского историко-краеведческого музея. Проект «Летопись сибирских деревень» стал объединяющим для библиотек, культурных, образовательных, медицинских учреждений. В рамках этого проекта был объявлен конкурс «Музейная

эстафета». Для участия в конкурсе каждое поселение района собирало информацию об истории, культурной жизни, известных людях поселения, готовили творческий отчет о проведенной работе. Лучшие творческие отчеты были размещены на сайте Центральной районной библиотеки. При районной администрации Тюкалинского муниципального района создана «Межведомственная комиссия по культурно-историческому наследию», в состав которой входит руководитель БУК «Тюкалинская ЦБС».

В 2014 году пройдет следующий этап под названием «Поставим памятник деревне», в рамках которого будет продолжена исследовательская деятельность, которая будет посвящена исчезнувшим и исчезающим населенным пунктам нашего района.

Подводя итоги, хочется сказать, что на современном этапе развития библиотек Тюкалинского муниципального района связи с общественностью представляют собой одно из приоритетных направлений библиотечно-информационной политики. Библиотеки района становятся учреждениями, которые способны сплотить вокруг себя всех, кто заинтересован в процветании места, где он живет, трудится, отдыхает. А закончить выступление хочется словами французского философа Пьера Буаста: «Известность походит на пружину, которая поднимает или опускает нас и теряет свою упругость от покоя». Поэтому останавливаться на достигнутых успехах и достижениях нельзя и впереди у нас еще много планов, интересных дел.

Развитие партнерских отношений и реклама библиотеки в рамках работы с молодежью: опыт Тарской центральной районной библиотеки

Н. М. Алёшина, заведующая сектором по работе с молодежью и юношеством МБУК «ТЦБС», Тарская центральная районная библиотека

Город Тара по праву считается молодежным. В городе 17 учебных заведений, здесь проживает более 7 тысяч человек в возрасте от 15 до 24 лет, поэтому работа с молодежью – это ведущее направление деятельности работы Тарской центральной районной библиотеки. Мы организовываем, планируем комплексно, чтобы каждый библиотечный процесс: индивидуальная, информационная, справочно-библиографическая, массовая работа в библиотеке содержал работу с данной читательской группой.

Молодёжь все реже приходит просто в библиотеку. Развитие современных технологий и доступность интернета позволяют получать копии нужных книг и статей, а также ответы на информационные запросы, не выходя из дома. Лишь деятельность библиотеки как комплексного, интегрального культурного центра может побудить молодых людей стать активными пользователями учреждения. Атмосфера библиотеки способна привлекать молодых, если максимально учитываются их интересы и возможности.

Основную массу посетителей библиотечных мероприятий составляют старшеклассники и студенты. Поэтому ежегодно продолжается сотрудничество библиотеки с учебными заведениями города, со всеми

заключены соглашения о социальном партнерстве. Сотрудники библиотеки являются незаменимыми участниками дискуссионных столов и форумов, организуемых учреждениями образования всех уровней. Также для работы с молодежью важно развивать партнерство со многими ведомствами и учреждениями города. Совместные мероприятия отличаются большим размахом и информативностью, поэтому активно привлекаются к участию в мероприятия специалисты из различных сфер: УФМС, Пенсионного фонда, избирательной комиссии. Крупные совместные мероприятия реализуются с Тарским художественным музеем, Отделом по делам молодежи, физической культуры и спорта Тарского района, КДЦ «Север», Северным драматическим театром, общественной организацией «Молодежный центр «Здоровый образ жизни».

На протяжении нескольких лет с педагогами и студентами ТСХТ реализуется проект «Литературная гостиная», где студенты подробнее знакомятся с произведениями классиков и современных русских и зарубежных писателей.

Долговременный проект «Выездной читальный зал» организован на основании «Положения о внестационарном пункте обслуживания на базе учебных заведений, территориально удаленных от ЦРБ» и «Соглашений о социальном партнерстве». Цель проекта: продвижение чтения среди учащейся молодежи, педагогов и сотрудников образовательных учреждений города Тары путем организации передвижных журнальных выставок. В целях обеспечения образовательного процесса библиотеки вузов и сельскохозяйственного техникума г. Тары

имеют возможность оформлять подписку только на журналы научного и методического характера. Но многие пользователи библиотек хотели бы еще читать досуговые журналы и газеты. Благодаря выездному читальному залу ЦРБ, у студентов и сотрудников учебных заведений появилась возможность полистать журналы, которых нет в их библиотеке, а понравившиеся издания взять домой. Выездные читальные залы активно функционируют в ТФОМГПУ, ТФОМГАУ, ТСХТ.

Второй год на базе Центра правовой и деловой информации работает клуб правовых знаний «Золотое перо Закона». Его участники – в основном – студенты Тарского сельскохозяйственного техникума, но постепенно подключаются и школьники, которые интересуются вопросами права и юриспруденции.

В этом году появилось новое направление работы с юношеством - научно-исследовательская деятельность: на базе научно-краеведческого центра совсем недавно открыто научное общество «Малая академия краеведения» для старшеклассников школ города, на данном этапе ведется прием заявок.

В рамках работы с молодежью библиотека стремится внедрять и использовать маркетинг и рекламу как систему управления единым комплексным процессом в создании услуг и механизме их реализации. В рамках рекламы фонда и услуг организуются экскурсии, крупные массовые мероприятия. Так, ежегодно участники осенней акции «Первокурсник», в ходе которой в конкурсно-игровой форме студенты всех учебных заведений знакомятся с залами и фондом учреждения, получают в подарок бесплатную запись в библиотеку.

Традиционным стали конкурсы «Самый активный читатель» и «Самая активная группа», целью которых является пропаганда книги и чтения и привлечение пользователей в библиотеку.

В рамках массовой работы библиотеки с молодежью и для молодежи в ежегодно реализуются несколько крупных проектов, направленных на интеллектуальное развитие, духовно-нравственное просвещение, пропаганду здорового образа жизни, социализацию и организацию культурного досуга молодежи. Это мероприятия, которые стали, если так можно выразиться, брендом библиотеки: «Весенняя тертулия» в рамках Всероссийской акции «Библионочь», «Майская ночь», конкурс чтецов «Чтобы помнили», интеллектуальная игра «Делаем ставку на умных». В 2013 году впервые был организован конкурс буктрейлеров «Многоликий мир книги», в котором от молодежи приняло участие 25 человек.

Самым доступным способом информирования о деятельности и услугах библиотеки является печатная реклама, которая позволяет раскрыть информационные, просветительские, образовательные ресурсы через различные виды печатной продукции: листовки, афиши, буклеты, проспекты, сборники, пресс-релизы и пр. Распространяются флайеры с услугами и контактами библиотеки, в течение года по учебным заведениям и среди читателей – реклам-закладки книг и журналов. Для продажи и в качестве призов используется сувенирная продукция: ручка – «Тарская библиотека – время читать!», брелок – «Читай, Тара!», магнит, кружка, настенный календарь с изображением библиотеки и эмблемы.

В рамках рекламной деятельности продолжает приносить результаты сотрудничество со средствами массовой информации. Показателем работы в развитии партнерских отношений и рекламе можно назвать волонтерское движение, которое сложилось в библиотеке. Добровольцы из числа студентов учебных заведений являются постоянными организаторами и активными участниками масштабных социальных акций, направленных на здоровый образ жизни, бережное отношение к природе и другие.

Относительно маркетинга можно констатировать, с одной стороны, его ориентацию на изучение спроса, потребностей, то есть диагностику рынка, а с другой — активное воздействие на этот спрос, рынок для формирования соответствующих перспективных запросов. Библиотека также действует в этом направлении. Поэтому рекламные мероприятия библиотеки включают буклеты и листовки «Библиотека приглашает», «Библиотека в помощь учебным заведениям», «Библиотека в помощь образовательному процессу» с перечнем мероприятий, запланированных на учебный год. Это дает возможность педагогам учебных заведений выбрать и заказать нужные им мероприятия.

В зале делового и досугового чтения «Интеллект» организована зона свободного чтения Wi-Fi, которая стала излюбленным местом не только для работающих специалистов, но и студентов города.

Официальный веб-сайт библиотеки является наиболее оперативным и востребованным источником информации о ней. Это визитная карточка библиотеки в глобальном информационном пространстве. Веб-сайт помогает в создании условий для обеспечения

выравнивания доступа к информационным ресурсам различных групп граждан, в том числе 50% всех виртуальных пользователей относятся к категориям юношества и молодежи.

Для доступа пользователей к информационным ресурсам библиотеки на сайте размещены электронные базы данных, представлена информация о новых книгах, поступивших в ЦРБ, о предлагаемых и проводимых мероприятиях, об услугах залов. Открыты для просмотра виртуальные выставки, фотогалерея.

На сегодняшний день официальный сайт библиотеки дает возможность пользователям самостоятельно осуществлять поиск необходимой информации, а также оперативно получать необходимую информацию через соответствующие службы сайта. Это виртуальная справочная служба, электронная справка, электронная доставка документов, продление книги on-line, электронный каталог, полнотекстовые издания библиотеки.

В течение года и на крупных районных мероприятиях проводятся рекламные компании сайта распространяется рекламная полиграфическая продукция: листовки, буклеты, размещение ссылок на сайт в Интернет-каталогах, справочниках, каталогах тематических ресурсов, обмен ссылками и баннерами. В фойе библиотеки оформлен информационный стенд «Наш сайт», на котором представлены все услуги, предоставляемые на сайте в режиме on-line.

Также работа по привлечению молодых пользователей в библиотеку осуществляется через интернет-игры и викторины, награждение участников которых происходит обязательно в стенах учреждения. Таким образом, виртуальные пользователи

обязательно становятся посетителями библиотеки, а затем активными читателями.

Все перечисленные формы работы по рекламе и связям с общественностью дают положительные результаты, позволяя увеличить число пользователей из категории юношество и молодежь. В планах – дальнейшее расширение интернет-пространства, в том числе в социальных сетях.

Составитель: З.П. Гурьян
Оформление обложки У.Ю. Зарипова
Ответственный за выпуск: З.П. Гурьян

Три преимущества библиотеки:

- большой выбор журналов и книг;
- бесплатная выдача на дом и в читальный зал;
- профессиональная помощь в поиске информации

БУК «Областная библиотека для детей и юношества»

644043, город Омск,
ул. Красный путь, 81
Тел (3812) 27 52 11
факс 21 10 61,
metodoub@mail.ru
<http://oubomsk.ru>