



# IT-Школа современного школьного библиотекаря

ТЕМА: Виртуальная реклама книг в школьной библиотеке



**Ведущая рубрики:**  
**Е.Н. Ястребцева,**  
канд. пед. наук,  
генеральный директор  
ООО «КМ-Образование»

## ОТ ВЕДУЩЕЙ РУБРИКИ:

Уважаемые библиотекари школ!

Реклама книг может стать стимулом процесса более эффективного продвижения книги к подростку–школьнику в жесточайшей конкурентной информационной среде, где сегодня библиотека явно проигрывает возможностям Интернета. При этом рассматривать рекламу книг и чтения, наверное, уже нельзя вне контекста библиотечного маркетинга, целью которого является глубокое понимание своего пользователя/читателя, которым в образовательном учреждении является, прежде всего, учащийся. Форма, содержание и место размещения рекламного материала библиотекарем школы должны точно соответствовать именно ему – школьнику, с его личными нуждами в знаниях и самовыражении и новыми потребностями в получении и представлении информации, которые удовлетворяются в соответствии с культурным уровнем и личностью каждого. Конечно, маркетинг – не гарантия повышения интереса к книге. Однако, как показывает опыт многих стран, комплекс маркетинговых мероприятий, ориентированных на конкретную группу библиотечных пользователей, значительно повышает читательскую активность.

Традиционные методы продвижения книги в подростковую среду и повышения имиджа самой библиотеки в школе – акции, выставки, презентации, мероприятия, раздаточный материал, каталоги и пр., – дополняются новыми, связанными с Интернетом. У современного библиотекаря много возможностей для рекламы книг через свои блоги, социальные сети и веб-совместные инструменты редактирования (напр., вики-среды). В комплексной маркетинговой стратегии продвижения книги в школьной библиотеке должна быть учтена разработка рекламных материалов с учетом разнообразных интересов и потребностей школьников. Авторы нашей рубрики предлагают свои рекомендации по популяризации книг посредством создания рекламных материалов с помощью интернет-сервисов и инструментов в виде интерактивных мультимедийных плакатов, буктрейлеров и пр., простых в освоении «гуманитариями», и способных привлечь внимание современных подростков, отдающих сегодня предпочтение информации «в цифре», а библиотекари наполняют эти материалы, посвященные книге, важными для подростков ситуациями и смыслами, построив их обсуждение в социальных проектах – там, где чаще всего сегодня можно встретить школьников.

## СОДЕРЖАНИЕ РУБРИКИ:



### **Е. Ястребцева (г. Москва)**

Продвижение книги в Интернет как эффективный маркетинговый инструмент ..... 55

### **В. Короповская (г. Мурманск)**

Интерактивные мультимедийные плакаты ..... 59

### **Н. Максимова (г. Новосибирск)**

Буктрейлер – современный способ поддержки чтения..... 63

### **С. Гиндеберя (поселок Линево, Новосибирской обл.)**

Канал своей библиотеки в YouTube ..... 66