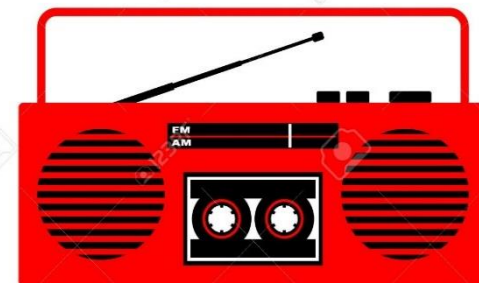


Knižnica a médiá



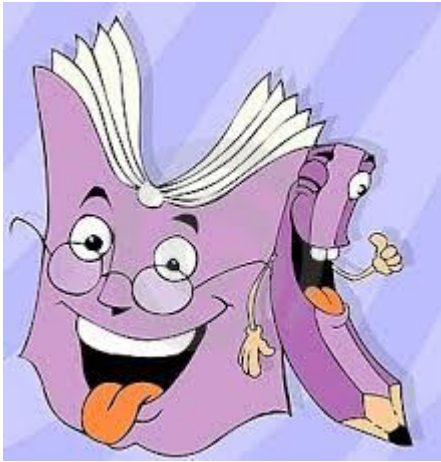
Mgr. Monika Lobodášová

Krajská knižnica Karola Kmeťka v Nitre

mlobodasova@krajskakniznicanitra.sk

NitLib 2016

18.5.2016



Na začiatok si položíme pár otázok:

- **Sú knižnice pre média atraktívne?**
- **Je naša knižnica pre médiá niečím zaujímavá?**
- **Čo máme urobiť, aby sa o knižnici hovorilo, aby sa z malej sivej myšky stala veľká atraktívna inštitúcia?**



Je pravda, že ak ...

- „Dáme do knižnice mŕtvolu záujem médií sa rapídne zvýši.“
- To ale nie je práve najlepšie riešenie, veď keby sme mali v knižnici mŕtvolu, riaditeľ by mal len samé problémy a možno by knižnicu aj zatvorili.
- Napokon v detektívkach, kriminálkach trileroch je ich dosť a nič sa nedeje, kamery sú stále vypnuté.



Knižnice a ich atraktivita

- **Knižnice sú pre médiá atraktívne a zaujímavé, aj napriek tomu, že ponúkame necelebritné, ale o to zaujímavejšie témy.**
- **Médiá tento fenomén ešte neobjavili.**
- **Pevne verím, že je to stav prechodný nie trvalý.**



- **Knižnica je živý a stále sa rozvíjajúci organizmus, ktorý chce:**
- **upútať pozornosť**
 - **vzbudiť záujem o svoje služby**
 - **vyvolať u čitateľa túžbu po ponúkanej službe**
 - **vyvolať nami najželanejšiu reakciu akou je návšteva knižnice.**

Milujem tie dnešné TV
reklamy, vždy keď začnú
môžem si odbehnúť po
pivko

SmejemSa.SK

Na benzínku

Do susedného mesta.

Reklama

- Najlepším prostriedkom na naplnenie našich cieľov je použiť všetky dostupné prostriedky reklamy:
 - tlačené (printové) médiá
 - televízia a rozhlas (audiovizuálne médiá)
 - internet (digitálne médium)
- Termín reklama, ktorý v Nemecku, kam sa dostal v roku 1842, pôvodne znamenal prehnané trhové vychvaľovanie – seba chválu.
- Začnime so samochválou najskôr v regionálnych a potom sa nám snád' podarí aj v celoslovenský či zahraničných médiách.



Pozitívna publicita knižnice

- **Vytvorili sme si na formálnych, možno viac na neformálnych stretnutiach osobné kontakty s novinármi a redaktormi.**
- **Pravidelne ich krátkymi správami informujeme, čo sa v knižnici pripravuje, podsúvame im zaujímavé informácie o našej činnosti.**
- **Aj napriek tomu, že sme k novinárom ústretový a máme vytvorené osobné kontakty, nesmieme sa nechať vmanévrovať do komentovania tém, o ktorých nechceme hovoriť, alebo nemáme v danej dobe dostatok informácií.**
- **Nezabúdajme čo je raz vyslovené, neskôr sa už nedá vrátiť späť.**
- **Pri komunikácii treba byť stručný, konkrétny, vystupovať pokojne a sebavedome.**



Spolupráca s médiami

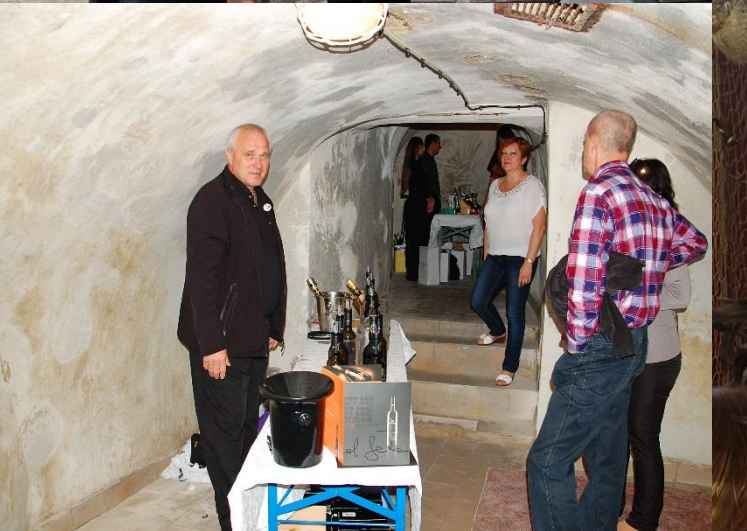
- **Využili sme tzv. uhorkovú sezónu, rozoslali sme krátku správu zástupcom regionálnych médií o otvorení letnej čítárne v záhradných priestoroch pamiatkovej budovy na Samovej ulici.**
- **Celé leto sme okrem čítania ponúkali besedy s regionálnymi spisovateľmi a hudobníkmi.**
- **Čuduj sa svete zabralo to a písali o nás všetky regionálne denníky, prišli aj redaktori z televízie.**
- **Obrazne povedané novinári si začali u nás podávať kľučku.**
- **Bol to úspech o akom sa nám nesnívalo.**



Mediálne vzťahy

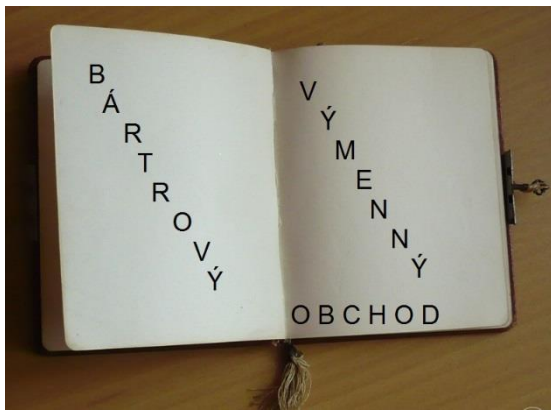


- Investovali sme veľa času a námahy do vytvorenia kvalitných mediálnych vzťahov.
- Dnes môžeme skonštatovať, že máme možnosť v regionálnych televíziách v programe LIVE, (2-3 krát do roka) informovať poslucháčov o činnosti knižnice.
- Máme možnosť propagovať niektoré naše podujatia (TSK, Noc s Andersenom, autorské besedy so zaujímavými osobnosťami zo slovenského šoubiznisu – Banášová, „Pycó“ Rausch, Horján, Vajda), Heriban, ale samozrejme prilákame nimi aj novinárov a redaktorov aj do knižnice.
- Zaujímavou ponukou pre médiá je aj kurz Tréningu pamäti pre seniorov.
- Výstavky kníh počas vínného festivalu na hradnom kopci, kde otvárame našu pivnicu, samozrejme nie s našim vínom, ale tematicky zameranými knihami – víno prinesú vystavovatelia.





- Niekoľkokrát sa nám podarilo prilákať televízie s celoslovenskou pôsobnosťou, naposledy minulý týždeň tak prilákalo naše podujatie Noc literatúry RTVS, TV Markízu, kedy sme sa ocitli v hlavnom večernom spravodajstve.
- Rádio Regina – záujem o podujatia počas TSK.



Platená reklama verzus bártrový obchod

- Propagácia knižnice, jej činnosti by bola možná aj platenou reklamou.
- Tri minúty trvajúci spot v regionálnej televízii stojí približne 150 €. V regionálnom denníku reklamný článok o knižnici 50 €.
- Táto cesta nie je práve najschodnejšia, ale ešte sa ponúka možnosť bártrového obchodu. Veď knižnicu a jej služby potrebuje veľa ľudí, tak prečo to nevyužiť.
- Dávame možnosť audiovizuálnym médiám umiestnenia svojho loga na našej webovej stránke s odkazom na ich webovú stránku.
- Tak je to aj v prípade internetových denníkov.



Naša výhoda

- **V regionálnych denníkoch pracujú externe študenti žurnalistiky, editorstva a to je naša výhoda v prípade, že sú našimi čitateľmi.**
- **Potrebujú naše služby, pravidelne navštevujú knižnicu a informácie o pripravovaných kultúrnych podujatiach, či službách majú z prvej ruky.**
- **Tu je to pole neorané – ako dostať do médií knižnicu a jej činnosť.**



Na záver

- **Je to len začiatok cesty po ktorej sme sa vydali, aby sme verejnosti predstavili našu činnosť, aby sme ich presvedčili, že do knižnice sa oplatí chodiť.**
- **Knižnica už nie je len o požičiavaní kníh, je tiež, alebo by chcela byť komunitným miestom, kde sa stretávajú ľudia a cítia sa príjemne.**

Z A

**Ď
A
K
U
J
E
M**



**P
O
Z
O
R
N
O
S
Ť**

!