

САРАДЊА БИБЛИОТЕКЕ „ДИМИТРИЈЕ ТУЦОВИЋ“ СА МЕДИЈИМА У ЦИЉУ ПОДСТИЦАЊА КРЕАТИВНОСТИ КОД ДЕЦЕ И МЛАДИХ

Сажетак:

Рад говори до каквих резултата доводи сарадња Библиотеке „Димитрије Туцовић“ у Лазаревцу са традиционалним медијима (новине, часописи, телевизија и радио) и коришћење интернета и друштвених мрежа у циљу побољшања односа са најмлађим корисницима, њиховим родитељима и тинејџерима.

Библиотека у Лазаревцу успешно промовише међу децом свих узраста уметнички вредне књиге и утиче да током дечјег сазревања читање постане реална потреба. Уз помоћ најсавременијих медија покушавамо да изградимо и негујемо читалачке навике код најмлађих, организујемо већи број приступа промоцији књига и читања, креативних радионица и увећамо број корисника библиотечких услуга. Библиотека се труди да задржи свој културни програм и уметнички квалитет, а истовремено досеже преко медија до публике и спонзора. Доказ да сарадња са медијима утиче на опстанак културних установа показују анализе позитивних примера из праксе, а уједно и стварање добре репутације и имиџа. Повећани број посета, изнајмљених књига и присуство младих на креативним дешавањима су само неки од показатеља да оглашавањем у јавности утичемо на свест корисника наших услуга. Медији такође имају значајну улогу у повећању свести о културним институцијама. Библиотека „Димитрије Туцовић“ овим путем подстиче предшколце, основце и средњошколце да присуствују културним програмима, учествују у радионицама и самим тим подстичу и изражавају своју креативност.

Избор медија је од изузетног значаја за успех односа с јавношћу с обзиром да се путем медија остварује комуникација између библиотека и њених циљних група, повећава посета културним догађајима, повећава број полазника креативних радионица као и корисника библиотечких услуга. Пракса је показала да је најбоље избрати више типова медија и вршити њихову комбинацију у циљу досезања до шире публике. Новине, часописи, телевизија и радио су традиционални масовни медији који се најчешће користе.

Друштвени медији, с обзиром на брз развој и број корисника, постали су саставни део интегрисаних маркетиншких комуникација културних установа. Библиотека „Димитрије Туцовић“ је присутна на Facebook-у, Instagramу, Twitter-у јер преко тих друштвених мрежа има на располагању бројне могућности успостављања и одржавања директне комуникације са својим циљним групама. Садржај нашег сајта се прилагођава свакој циљној групи и то на тај начин да се до информација долази лако и једноставно. Електронска пошта нам такође омогућава свакодневну комуникацију са другим организацијама и корисницима, а уједно нам омогућава директан контакт са маркетингом.

Приказом својих културно-образовних програма, едукативних средстава и маште наших библиотекара широј јавности, довели смо до повећања броја корисника, повећања свести код младих о користи читања, едуковања и развоја креативности.

Кључне речи: библиотека, културне установе, медији, деца, креативност, интегрисана медијска комуникација, интернет, друштвене мреже

SARADNJA BIBLIOTEKE „DIMITRIJE TUCOVIĆ“ SA MEDIJIMA U CILJU PODSTICANJA KREATIVNOSTI KOD DECE I MLADIH

Sažetak:

Rad govori do kakvih rezultata dovodi saradnja Biblioteke „Dimitrije Tucović“ u Lazarevcu sa tradicionalnim medijima (novine, časopisi, televizija i radio) i korišćenje interneta i društvenih mreža u cilju poboljšanja odnosa sa najmlađim korisnicima, njihovim roditeljima i tinejdžerima. Biblioteka u Lazarevcu uspešno promovise među decom svih uzrasta umetnički vredne knjige i utiče da tokom dečjeg sazrevanja čitanje postane realna potreba. Uz pomoć najsavremenijih medija pokušavamo da izgradimo i negujemo čitalačke navike kod najmlađih, organizujemo veći broj pristupa promociji knjiga i čitanja, kreativnih radionica i uvećamo broj korisnika bibliotečkih usluga. Biblioteka se trudi da zadrži svoj kulturni program i umetnički kvalitet, a istovremeno doseže preko medija do publike i sponzora. Dokaz da saradnja sa medijima utiče na opstanak kulturnih ustanova pokazuju analize pozitivnih primera iz prakse, a ujedno i stvaranje dobre reputacije i imidža. Povećani broj poseta, iznajmljenih knjiga i prisustvo mladih na kreativnim dešavanjima su samo neki od pokazatelja da oglašavanjem u javnosti utičemo na svest korisnika naših usluga. Mediji takođe imaju značajnu ulogu u povećanju svesti o kulturnim institucijama. Biblioteka „Dimitrije Tucović“ ovim putem podstiče predškolce, osnovce i srednjoškolce da prisustvuju kulturnim programima, učestvuju u radionicama i samim tim podstiču i izražavaju svoju kreativnost.

Izbor medija je od izuzetnog značaja za uspeh odnosa s javnošću s obzirom da se putem medija ostvaruje komunikacija između biblioteka i njenih ciljnih grupa, povećava poseta kulturnim događajima, povećava broj polaznika kreativnih radionica kao i korisnika bibliotečkih usluga. Praksa je pokazala da je najbolje izabrati više tipova medija i vršiti njihovu kombinaciju u cilju dosezanja do šire publike. Novine, časopisi, televizija i radio su tradicionalni masovni mediji koji se najčešće koriste.

Društveni mediji, s obzirom na brz razvoj i broj korisnika, postali su sastavni deo integrisanih marketinških komunikacija kulturnih ustanova. Biblioteka „Dimitrije Tucović“ je prisutna na Facebook-u, Instagramu, Twitter-u jer preko tih društvenih mreža ima na raspolaganju brojne mogućnosti uspostavljanja i održavanja direktne komunikacije sa svojim ciljnim grupama. Sadržaj našeg sajta se prilagođava svakoj ciljnoj grupi i to na taj način da se do informacija dolazi lako i jednostavno. Elektronska pošta nam takođe omogućava svakodnevnu komunikaciju sa drugim organizacijama i korisnicima, a ujedno nam omogućava direktan kontakt sa marketingom.

Prikazom svojih kulturno-obrazovnih programa, edukativnih sredstava i mašte naših bibliotekara široj javnosti, doveli smo do povećanja broja korisnika, povećanja svesti kod mladih o koristi čitanja, edukovanja i razvoja kreativnosti.

Ključne reči: biblioteka, kulturne ustanove, mediji, deca, kreativnost, integrisana medijska komunikacija, internet, društvene mreže

DraganaMarinković
"DimitrijeTucović"Library
dragana.marinkovic@bibliotekalazarevac.org

COOPERATION BETWEEN "DIMITRIJE TUCOVIĆ" LIBRARY AND THE MEDIA IN ORDER TO ENCOURAGE CREATIVITY IN CHILDREN AND ADOLESCENTS.

Summary

A work explaining the results of a cooperation between "DimitrijeTucović" library in Lazarevac and traditional media (newspapers, magazines, television and radio), as well as use of the Internet and social networks, in order to improve the relationship with its youngest users, their parents and teenagers.

The library in Lazarevac successfully promote sartistically valuable books among children of all ages, and by doing so develops a real need for reading in maturing children. With the help of modern media we are trying to build and cherish reading habits among the youngest, organize numerous approaches and creative workshops promoting books and reading, and increase the number of users of library services.

The Library seeks to preserve its cultural program and artistic quality, and at the same time reaches out to audiences through the media and sponsors. Evidence that cooperation with the media influences the survival of cultural institutions shows an analysis of the positive examples from practice, and also creates a good reputation and image. The increased number of visits, rented books and the presence of young people in creative events are just some of the indicators that by advertising in the public we influence the awareness of our customers. The media also plays a significant role in increasing awareness of the cultural institutions. In this way, "DimitrijeTucović" library encourages preschoolers, primary and secondary school students to attend the cultural programs, participate in workshops, cultivate and express their creativity. The choice of media is of great importance for the success of public relations, in regards to the media as a means of communication between the library and its target groups, increase visits to cultural events, increasing the number of participants as well as creative workshops and users of library services. Practice has shown that it is best to select and combine multiple media types, in order to reach a wider audiences. Newspapers, magazines, television and radio are the traditional mass media that are commonly used. Social media, due to the rapid development and the number of users, has become an integral part of any cultural institution's integrated marketing efforts. "DimitrijeTucović" library is present on Facebook, Instagram, Twitter, because through these social networks it has at its disposal a number of options to establish and maintain direct communication with its target groups. The contents of our website is adapting to each target group in such a way that the information comes easy and simple. E-mail also allows daily communication with other organizations and users, but also allows us direct contact with marketing. The cultural and educational programs, educational resources and imagination of our

librarians displayed to the public, led to an increase in the number of users, increase in awareness among young people about the benefits of reading, educating and development of creativity!

Keywords: libraries, cultural institutions, media, children, creativity, integrated media communications, internet, social networks

DraganaMarinković
"DimitrijeTucović"Library
dragana.marinkovic@bibliotekalazarevac.org

COOPERATION BETWEEN "DIMITRIJE TUCOVIĆ" LIBRARY AND THE MEDIA IN ORDER TO ENCOURAGE CREATIVITY IN CHILDREN AND ADOLESCENTS.

Summary

A work explains the results of a cooperation between "DimitrijeTucović" library in Lazarevac and traditional media (newspapers, magazines, television and radio), as well as use of the Internet and social networks, in order to improve the relationship with its youngest users, their parents and teenagers.

The library in Lazarevac successfully promotes artistically valuable books among children of all ages, and by doing so, develops a real need for reading in maturing children. With the help of modern media we try to build and cherish reading habits among the youngest, organize numerous approaches and creative workshops promoting books and reading, and increase the number of users of library services.

The Library seeks to preserve its cultural program and artistic quality, and at the same time reaches audience using the media and sponsors. Analysis of the positive examples from the practice shows how the media influences the survival of cultural institutions, and also creates a good reputation and image. The increased number of visits, rented books and the presence of young people in creative workshops are just some of the indicators that by advertising in the public we influence the awareness of our customers. The media also plays a significant role in increasing awareness of the cultural institutions. In this way, "Dimitrije Tucović" library encourages preschoolers, primary and secondary school students to attend the cultural programs, participate in workshops, cultivate and express their creativity. The choice of media is of great importance for the success of public relations, in regards to the media as a means of communication between the library and its target groups, because it increases visits to cultural events, the number of participants in creative workshops and users of library services. Practice has shown that it is best to select and combine multiple media types, in order to reach a wider audience. Newspapers, magazines, television and radio are the traditional mass media that are commonly used. Social media, due to the rapid development and the number of users, has become an integral part of marketing in the cultural institution. "Dimitrije Tucović" library is present on Facebook, Instagram, Twitter, because using these social networks it is able to establish and maintain direct communication with its target groups. The content of our website has been adapted to each target group, so it is easy and simple to find information. E-mail also enables daily communication with other organizations and users, and also provides direct contact with marketing. The cultural and educational programs, educational resources and creativity of our librarians are displayed to the public, leading to an increase in the number of users and thus

in awareness among young people, who benefit from reading, education and development of their creativity!

Keywords: libraries, cultural institutions, media, children, creativity, integrated media communications, internet, social networks