АХБОРОТ-КУТУБХОНА МУАССАСАЛАРИДА РЕКЛАМА





Мираҳмад Раҳимов,
Ўзбекистон Миллий кутубхонаси Умумий фондларни сақлаш хизмати бош мутахассиси

Ҳозирги кунда барча соҳаларда реклама жуда катта аҳамиятга эга. Чунки ижтимоий ҳаётни бугунги кунда рекламасиз тасаввур этиб бўлмайди. Маҳсулот ишлаб чиқариш, уни сотиш учун ҳар бир корхона, шахс ўзига харидор чақиради. Бу жараёнда эса, албатта, рекламадан унумли фойдаланилади.

Ахборот-кутубхона муассасалари ҳам рекламаниng бир неча турларидан, яъни ички ва ташқи рекламалардан фойдаланишади. Кутубхонада реклама – бу кутубхонанинг хизматлари ва маҳсулотлари тўғрисида ахборотлар ҳисобланади. Бунга кутубхона ичкарисининг китобхонлар дидига мос гуллар ва безаклар билан безатилиши, ёруғ ва шинам бўлиши билан биргаликда кутубхонанинг иш ва аъзо бўлиш тартиби, бўлимларнинг жойлашганлиги ҳақида маълумотлар, ёзувлар, кўрсаткичлар бўлиши лозим.

Кутубхонадан ташқарида бўлган реклама эса кириш жойларининг дид билан безатилиши, китобхонни жалб қилиш учун ташқаридан кутубхона биносининг косметик таъмирланиши, дераза пардаларининг дид билан ўрнатилиши, кириш жойда гуллар, плакатлар билан безатилиши мақсадга мувофиқдир.

«Реклама» лотинча сўздан олинган бўлиб «reclamare» – «чақириқ, бақириқ, жалб қилиш» маъносини билдиради.

Қадимий Шарқда ҳам реклама дастлаб керакли ўринда намоён бўлган. Шарқ бозорлардаги «Оп қолинг, кеп қолинг», «Олганлар дармонда, олмаганлар армонда» деган иборалар ота-боболаримизнинг ўзига хос реклама билан шуғулланганликларига далилдир.

1450 йилда Гуттенберг Европада босма варақаларни ишлаб чиқара бошлади. Гуттенберг кашфиётини қабул қилган англиялик Уильям Кокостон 1473 йили биринчи рекламасини босма варақада чиқаради. Бу варақаларда диний китоблар тарғибот қилинган эди.

Юртимизда бугунги кунда китоб ва кутубхонани реклама қилиш, унинг имкониятларини очиб бериш ҳозиргача замонавий талабларга жавоб бермай келмоқда. Маълумки, кутубхона – ахборот манбаи ва маскани, ундан кишилар ўзига керакли барча маълумотларни олиши мумкин. Лекин китоб ва кутубхона рекламасининг етарли даражада йўлга қўйилмаганлиги сабабли кишилар керакли

1450 йилда Гуттенберг Европада босма варақаларни ишлаб чиқара бошлади. Гуттенберг кашфиётини қабул қилган англиялик Уильям Кокостон 1473 йили биринчи рекламасини босма варақада чиқаради





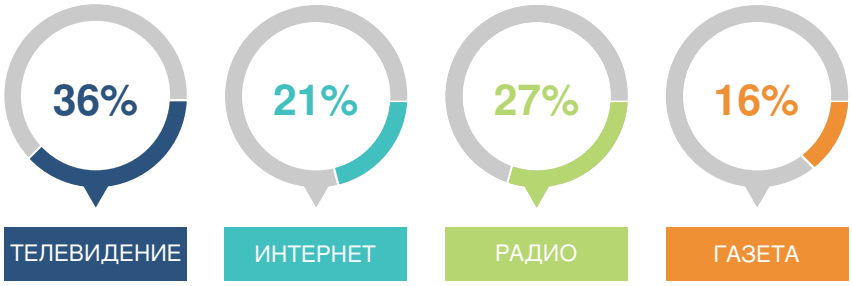
ахборотни қидириб, овора бўлиб юрадилар.

Ҳозирги кунда кўча-куйда, телевидение ва радио каналларида меҳмонхона, ресторан ва кафе, банк, озиқ-овқат ва бошқа турдаги маҳсулотларнинг рекламасини кўплаб учратамиз. Бундай рекламалар сонининг кун сайин ортиб бориши, албатта, ижобий ҳолат саналади. Эътибор бериб қарасак, бу рекламаларда тиш тозаловчи пастадан тортиб, замонавий техника воситаларигача бўлган маҳсулотлар реклама қилинади. Ажабланарли жиҳати шундаки, бундай рекламалар орасидан ҳар қанча ахтарманг бирон-бир кутубхонанинг ёки китобнинг рекламасини кўрмайсиз. Афсуски, оддий тиш пастаси-ю энг замонавий маиший хизмат анжомлари, турли хил сервис хизматлари-ю меҳр-оқибат, огоҳликка даъват қилувчи реклама роликлари орасида маънавий аҳамияти жуда муҳим ҳисобланган ёки бир илмий кашфиётнинг дунё юзини кўришига асос бўлаётган китоб аталмиш бебаҳо манба рекламасининг йўқлиги нафақат ажабланарли, балки, ачинарли ҳолат. Ҳатто ахборот-кутубхона муассасалари жойлашган ҳудудларда ҳам китоб ва кутубхонанинг рекламасини учратиш амримаҳол. Шунинг оқибати бўлса керак, одамлардан кутубхонанинг қаердалигини сўрасангиз аксарият инсонлар елка қисиб қўя қолишади.

Маълумотларга кўра, рекламага сарфланадиган 10 доллар (ўртача ҳисобда) 290 доллар бўлиб қайтар экан. Товар ва маҳсулотлар реклама қилингач бир неча маротаба фойда келтирар экан. Шу ўринда савол туғилади китоб ёки кутубхоналар реклама қилинса қандай манфаат келтиради? Ўқувчилар китоб ўқиб, илм олиб, кутубхоналардан фойдаланиши натижасида товар ёки маҳсулот рекламасидан келтирган фойдадан бир неча ўн ёки бир неча юз маротаба жамиятга фойда келтириши шубҳасиз.

Инкор қилмаймиз, телевидение ва радио каналларида баъзан мутафаккирларимиз, олимларимиз, ёзувчи ва шоирларимизнинг ҳаёт ва ижодларидан намуналар бериб борилади. Бундан ташқари «Китобхон», «Заковат», «Билимдон» интеллектуал ўйинлари кўрсатувлари мавжуд. Лекин телевидение ёки радиода кутубхона, китоб ва китобхонлик масалаларига бағишланган алоҳида кўрсатув ёки эшиттириш ташкил этилмаган.

ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИ ОРҚАЛИ РЕКЛАМА ҚИЛИШНИНГ МАВЖУД ФОИЗ КЎРСАТКИЧЛАРИ:



Ахборот-кутубхона муассасаларида буклет, радио ва телевидение орқали кўрсатув ва интервьюлар бериш, газета ва журналларда мақолалар бериш, экскурсиялар ташкил этиш, шунингдек, кутубхонанинг веб-сайти орқали турли хизматларни тавсия ва ташкил этиш турларидан фойдаланишади.

Китоб рекламасига эса китоб, савдо ярмаркалари, витриналар (пештахталар), нашриётларнинг мавзу-режалари, матбуот нашрлари орқали, кино ва театрларда, радио ва телевидениеда китоб тарғиботи, совға ва мукофотлар орқали реклама, босма реклама нашрлари, китоб шарҳларини мисол қилиб келтириш мумкин. Лекин бу билан китоб ва кутубхона рекламасини кўнгилдагидек деб бўлмайди. Бунинг учун келажакда китоб ва кутубхона рекламасини янада жонлантириш, рекламанинг турли замонавий усулларини амалиётга жорий қилиш зарур.

Реклама ҳақида юқоридаги маълумотларни келтиришдан мақсадимиз юртимизда кутубхона иши рекламасини янада яхши йўлга қўйиш билан биргаликда китоблар ҳақида маълумотларни бериб бориш орқали китобхонларни янада кўпроқ кутубхоналарга жалб қилишдан иборатдир. Зеро юртимизда китобхонлар сони янада кўпайса...

Рекламаларда тиш тозаловчи пастадан тортиб, замонавий техника воситаларигача бўлган маҳсулотлар реклама қилинади. Ажабланарли жиҳати шундаки, бундай рекламалар орасидан ҳар қанча ахтарманг бирон-бир кутубхонанинг ёки китобнинг рекламасини топа олмайсиз

Ҳатто ахборот-кутубхона муассасалари жойлашган ҳудудларда ҳам китоб ва кутубхонанинг рекламасини учратиш амри маҳол. Шунинг оқибати бўлса керак, одамлардан кутубхонанинг қаердалигини сўрасангиз аксарият инсонлар елка қисиб қўя қолишади

Мирахмад Рахимов, главный специалист службы хранения общего фонда Национальной библиотеки Узбекистана

Сегодня перед информационно-библиотечными учреждениями стоит задача создания профессиональной и эффективной рекламы, которая является самым действенным инструментом по созданию положительного имиджа, информированию пользователей о богатстве и разнообразии фонда, о широте предоставляемых услуг.

Данная статья информирует о роли рекламы в обществе и в информационно-библиотечной деятельности, также приводится история появления рекламы и ее значение в различных отраслях жизни, определяется ее роль в пропаганде чтения и повышения читательской культуры. ■