

Популярні форми заходів

Питання читання залишається актуальним завжди, а особливо сьогодні. І це цілком зрозуміло: у суспільстві відбуваються процеси глобалізації, інформатизації, модернізації, тобто світ розвивається, змінюється, переглядаються пріоритети. У кожній країні всі ці процеси відбуваються по-різному, і гострота проблем дитячого читання, що стоїть перед суспільством, вирішується відповідно до ментальності того чи іншого народу, його духовної спадщини, звичаїв та традицій.

Сучасна бібліотека – це вікно у світ, засіб, що забезпечує безперервність розвитку культури, один з елементів системи навчання, самоосвіти, духовного, естетичного і професійного вдосконалення особистості. Від якості роботи бібліотеки залежить якість поколінь – як сучасного, так і прийдешнього. З цього випливає велика відповідальність бібліотекарів перед суспільством. Справити враження на сучасного читача, зробити бібліотеку яскравою, показати нестандартний зміст і форму, внести ауру новизни – завдання не із легких. Зміни, які відбуваються навкруги, потребують нових рекламних рішень, нових підходів, нового стилю та діалогу. Оновлюються і модифікуються традиційні форми бібліотечної роботи, здійснюється пошук інноваційних форм.

Книжкові виставки

В організації виставок та експозицій є одна головна мета: здивувати наших читачів не традиційністю, унікальністю, а ще краще — долучити їх до організації виставки. Допомогти читачеві відчути, що це його бібліотека, що не він для бібліотеки, а бібліотека для нього. Виставкова привабливість, звичайно, залежить від багатьох умов. Насамперед, виставка повинна знаходитись в добре освітленому, зручному для огляду місці. Таким чином, з'являється можливість привернути увагу читачів: перш, ніж познайомитись з виставкою, її, принаймні потрібно побачити. Але найголовніше — це незвичайність виконання, оригінальність ідеї, назва, що «чіпляє», не даючи пройти повз. Успіх виставки залежить від того, на скільки цікаво ви її подасте.

Виставка-інсталяція — виставка, що представляє собою просторову композицію, створену з різноманітних елементів — побутових предметів, промислових виробів, фрагментів текстової і візуальної інформації. Ідея кожної виставки – інсталяції у процесі «проживання» набуває свій формат, свій стиль і почерк, свій антураж і свій арсенал інформаційних і образотворчих засобів. Розмір інсталяції може бути будь – яким.

Вуличні акції

“Бібліотека нині – більш ніж бібліотека” – саме це доводять численні приклади діяльності бібліотек, які все глибше усвідомлюють свою роль у створенні соціокультурного середовища. Впродовж останніх років бібліотеки організовують немало акцій, приурочених до різних важливих дат, свят чи культурних подій, акцентуючи увагу на представленні бібліотеки як соціокультурної інституції з широкими можливостями. Книгозбірні все частіше використовують відзначення Всеукраїнського дня бібліотек, дня Незалежності України, інших державних та релігійних свят, історичних подій та фестивалів.

Великий бібліотечний квест

Квест – від англійського «загадка, головоломка, питання» - цікава гра-подорож з завданнями, запитаннями для декількох команд. Вона показала, що бібліотека - це широкий майданчик для гри та прояву свого інтелекту, а бібліотекар – креативний організатор і порадник. Завдяки подібним заходам створюється імідж бібліотеки як сучасного, цікавого, корисного закладу культури.

Лібмоб «Як пройти до бібліотеки?»

Ще одна вулична акція — лібмоб. В основі акції — бліц-опитування жителів міста села на предмет знання дороги до бібліотеки. Наприклад: Бібліотекарі вийшли «в народ»: група мобберів (бібліотекарі і волонтери) на вулицях міста ставили випадковим перехожим просте запитання: «Як пройти до бібліотеки?». Нагородою за вірну відповідь можуть бути смайлики, сувеніри з логотипом бібліотеки, а незнаючим – інформація та запрошення до книгозбірні.

Флешмоб

Бібліотеки влаштовують флешмоби, залучаючи велику кількість користувачів книгозбірень. Флешмоби ми плануємо заздалегідь, робимо оголошення в бібліотеці. Велика кількість людей (моббери) оперативно збираються у оговореному місці, протягом декількох хвилин виконують сценарій і потім швидко розходяться. В цьому принцип флешмобу. Основна мета флешмобів — згуртування користувачів бібліотеки, які, як одна сім'я, виконують спільні дії.

∅ Відкриття Всеукраїнського тижня дитячого читання флешмоб «Book-віраж»

∅ флешмоб «Місце зустрічі – бібліотека».

∅ флешмоб «Я люблю читати»

∅ патріотичні флешмоби та інші

Останнім часом в бібліотеках широке поширення набула така активна форма роботи з читачами як **акція**. Уміння створювати акції полягає в умінні поєднувати форму і зміст.

Існує три поширені види акцій, які найчастіше проводяться бібліотеками.

1. Протести:

«Ні наркотикам», «Зона ризику», «Право на життя», «Згаслі зірки», «Територія тривоги», «Кинь сигаретку, бери конфетку» та ін.

2. Благодійні акції:

«Допоможемо один одному», «Бібліотека - читачеві, читач - бібліотеці», «З миру по книжці», «Подаруй книгу бібліотеці», «Подаруй тепло душі своїй», «Кошик радості».

3. Популяризація читання:

Загального характеру:

«Світ читання», «Читання — як фактор соціального успіху», «Передай книгу другу», «Стань читачем», «Читати — це модно!», «Читати - це

здорово!», «*Запиши друга в бібліотеку*», «*Віват, читач! Віват, бібліотека!*», «*Читаюче село*», «*Лист ровеснику: Я хочу розповісти про книгу...*» та ін.

Тематичні акції:

«У злагоді з природою - у злагоді з собою», «*Прочитай книгу про війну*», «*Прочитаємо книгу з історії України*», «*Твій символ*», «*Район, в якому ми живемо*», «*Лист ветеранові*», «*Щоб пам'ятали*», «*Привітай ветерана*», «*Час читати класику*» і ін.

Акції для молодих батьків:

Останнім часом в бібліотеках великого поширення набули **акції** для малюків та їхніх батьків: «*Читайлик*», «*Читання з народження*», «*Рости із книгою, малюк*», «*Читай, я буду слухати!*» та ін.

Рекламні акції (про бібліотеку і її можливості). До таких акцій можна зарахувати і презентації своїх звітів, виконаних у формі барвистої, кольорової листівки. На її обох боках в місткій, образній, візуально доступній формі через графіки і діаграми, що супроводжуються мінімумом тексту і цифр, представляти динаміку розвитку бібліотеки за рік.

Проведення бібліотечних акцій — це не тільки дієвий метод залучення нових читачів, а й ефективний засіб активізації діяльності бібліотек, народження творчих ідей, формування корпоративної культури та підвищення суспільного статусу бібліотек.

Літній читальний зал під відкритим небом

Значно змінилися технічні та технологічні підходи до проведення культурно—мистецьких заходів, як в стінах бібліотек, так і поза ними. Бібліотечні послуги надаються користувачам-дітям, батькам під час їхнього відпочинку, У бібліотеках реалізуються власні програми літніх читань. Літні читання школярів стали інноваційним підходом до розвитку читацької культури.

∅ «Літо, книга і я — друзі»

∅ «Читаємо завжди, читаємо всюди»

∅ «Книжкові євромандри»

Ø «Читай і засмагай»

Ø «Книга — гра — полювання за скарбами»

Краєзнавство є одним з провідних напрямків діяльності бібліотек, і це – характерна риса нашого часу, коли українське суспільство приділяє значну увагу вихованню патріотизму, знанню вітчизняної історії та літератури. Успіх краєзнавчої діяльності повністю залежить від того, хто нею займається. Це має бути творча особа, навколо якої згруппуються не лише читачі бібліотеки. В краєзнавчій роботі бібліотекар повинен спиратися на бібліографічні, довідкові, архівні джерела краєзнавства, активно використовувати їх в роботі з читачами.

Найбільш поширеною є така форма роботи як **Краєзнавчі розвідки**.

Бібліотекарі проводять велику пошукову роботу з виявлення та збору інформації про місто, село відновлення маловідомих фактів його історії. Вони виявляють та збирають ці матеріали, укладають папки, фотоальбоми, літописи, які доповнюють фотоілюстрації, листи, копії бібліотечних документів. Найбільш актуальними в багатьох бібліотеках є такі теми як:

Ø «Створення та дослідження історії бібліотек»

Ø «Минуле та теперішнє»

Ø «Година краєзнавчого портрету»

Ø «Екологічне краєзнавство» та інші

Бібліотечне краєзнавство має свою специфіку, якій найбільше притаманні комплексні форми популяризації краєзнавчих документів, серед яких: **краєзнавчі дні (тижні); краєзнавчі читання; читацькі конференції; презентації; диспути; літературні вечори; зустрічі з відомими людьми краю; конкурси на кращого знавця краю; гра-мандрівка по рідному краю; клуби та об'єднання краєзнавців; свята малих сіл. З'явилися і нові форми роботи: слайд-розповідь, краєзнавчі аукціони та турніри.**

Робота в сьогоднішній бібліотеці нерозривно переплетена з екологічним вихованням дорослих та юних читачів. Формування екологічної свідомості покоління — завдання першорядне, хоч, можливо, ще до кінця й не усвідомлене суспільством. Але його ефективна реалізація неминуче вимагає глибокого знання стану довкілля, процесів, що у ньому

відбуваються внаслідок антропогенного впливу. І довкілля не абстрактного, глобального, а природи, що оточує нас повсякденно. Очевидно також, що користувач очікує від працівників бібліотеки не лекцій, а вражень, подій, якими повинні стати бібліотечні заходи:

∅ екологічна акція «Рости – виростай, про природу дбай»

∅ конкурс плакатів на тему «Бережімо природу»

∅ годину спілкування »Про що говорять квіти»

∅ трудовий десант «Природа – наш рідний дім, ми – господарі в нім»

Майстер-клас

Бібліотека - це книга, інформація, допомога у навчанні. Однак, сучасна бібліотека створює також творчий простір для проведення дозвілля, до поєднання традицій та новацій у бібліотечній справі, забезпеченню регулярного поновлення професійних та загальних знань, обміну досвідом сприяє така гнучка та мобільна освітня форма як проведення майстер-класів.

Майстер-клас — форма роботи, метою якої є передача учням досвіду, майстерності, вміння робити будь-яку роботу найкращим чином.

Отже, професіоналізм, ентузіазм, комунікативні навички, ініціативність бібліотекаря складають концепцію успіху. Базовим елементом та умовою розвитку інформаційного, культурного простору є креативність – технологія організації творчого процесу. Креативність залежить від багатьох факторів: досвіду, знань, таланту, інтуїції, спроможності мислити по-новому і втілювати ці ідеї в життя. Сучасна бібліотека є багатогранною. Вона повинна створювати для населення максимально комфортне середовище, бути відкритою для всіх тих, кому потрібна книга та інформація. Тому так важливо сьогодні не обмежуватись традиційними формами роботи, а шукати нові шляхи популяризації бібліотечних ресурсів. Тільки завдяки постійному пошуку бібліотека не загубить свого іміджу, а завжди буде залишатися втіленням нового, незнаного і креативного.

Методична скарбничка

Бібліо-кафе — форма заходу, побудованого за типом кафе, де в меню замість блюд подаються книги (автори, міні-заходи). Наприклад, в

«Бібліомену» входять книги на будь-який смак: від невигадливих книжкових страв до самих смачних і вишуканих!

Бібліомікс (англ. mix — змішувати) — це може бути бібліографічний огляд за окремою темою, до якого можна включити бібліотечні документи за різними видами: книги, періодичні видання, відео-, кіно-, фотодокументи, електронні видання, плакати, посилання на інформаційні ресурси і т.і.

Бібліотечний бульвар — захід, що проводиться на вулиці з метою реклами книги і читання.

Бібліотечний консалтинг (Консалтинг англ. *consulting* — консультування) — консультування з питань бібліотечної справи. Основна мета консалтингу полягає в поліпшенні якості керівництва, підвищенні ефективності діяльності бібліотеки в цілому і збільшенні індивідуальної продуктивності праці кожного працівника.

Бібліотрансформер — це максимально повно представлена факто- та бібліографічна інформація щодо об'єкту бібліографування, на основі якої можна сформулювати інші форми бібліографічних видань. Складається він з декількох складових модулів, а саме: книжкова закладка – інформаційна листівка або флайєр - інформаційно-бібліографічний словничок - мультимедійний урок-презентація - бібліографічний покажчик - відео-вікторина - відео-урок.

Бібліофреш (англ. fresh — свіжий) — бібліографічний огляд новинок (напр: *методичний бібліофреш*)

Бібліошопінг — форма масового заходу, в ході якого один учасник заходу пропонує іншому учаснику «придбати» книгу з фонду бібліотеки прорекламувавши її.

Бук-слем (BOOK Slam) (від англ. slam — штовхання, витіснення одне одного) — змагання на кращу «рекламну компанію» по просуванню обраної книги, можливо з елементами музичної театралізації. Учасники діляться на декілька команд. Завдання команди полягає в тому, щоб якомога краще розрекламувати книжку. Головне, що команди отримують однакові книжки. І за окремий проміжок часу треба показати уміння донести до глядачів свої емоції і почуття. Таким чином, рекламна книжкова компанія повинна змусити купити, тобто прочитати книгу. Кращу рекламну книжкову

компанію визначає журі, до складу якого можуть входити глядачі і бібліотекарі.

Велнес-тренінг — захід, спрямований на просування здорового способу життя. Запропонуйте молодим людям, які займаються вуличними видами спорту (воркаут, паркур тощо), показати своїм одноліткам, що займатися спортом просто — потрібне лише бажання.

Відкритий мікрофон (відкрита трибуна) — ціннісно-орієнтована діяльність в ситуації діалогу на задану актуальну тему, заснована на принципах демократії і плюралізму думок. Передаючи один одному імпровізований мікрофон (виходячи до трибуни), читачі вільно висловлюють свою точку зору, задають гострі питання. Виступи читачів повинні бути короткими, небанальними, пов'язаними з реальним життям. В цілому досить 7-10 повідомлень.

Геокешинг («geocaching», від грец. «Geo» — Земля, англ. «Cache» — тайник) — це захоплююча гра, в якій присутні: подорож, знаходження місця розташування заданих об'єктів, пошук інформації про об'єкти та відповідей на запитання.

Гурман-вечір — аматорів ... жанру — вечір, присвячений певному жанру літератури, підготовлений з урахуванням підкреслення («смакування») кращих сторін даного жанру.

Демотека — це місце (творчий куточок), де читачі можуть залишити свої власні роботи — «демки» в галузі музики, літератури, фотографії, фільмів, графіки тощо, для того, щоб про них дізнався широкий загал.

Караван історій — захід, що складається з самих цікавих історій, пов'язаних з найвідомішими людьми, історичними місцями, традиціями і подіями.

Караван книг — захід, присвячений презентації декількох книг як однієї, так і різної тематики. Наприклад: караван новинок, караван забутих книг.

Книжкова виставка-інсталяція — виставка, яка представляє собою просторову композицію, створену з різноманітних елементів – книг, журналів, побутових предметів, промислових виробів та матеріалів, природних об'єктів, фрагментів текстової та візуальної інформації

Книжковий дрес-код — форма масового заходу, на якому презентують саме ті книги, які можна вважати обов'язковою складовою іміджу сучасної людини.

Коучинг (від англ. *coaching* – навчання, тренерство) — це метод сучасного консультування, що сприяє ефективному досягненню клієнтом поставленої мети, що виявляється в конкретних результатах. В бібліотеці можна використовувати як форму професійного навчання або під час масового заходу, задля вирішення якоїсь проблеми разом з учасниками.

Літературний гороскоп — захід, побудований по типу гороскопу, де література (книги, автори) підбрана за знаками того чи іншого гороскопу.

Літературний каламбур — захід, присвячений письменникам — з однаковими прізвищами або різним творам зі схожими сюжетами, значеннями одного і того ж слова (або двох подібно лунаючих слів) з метою справити комічне враження.

Літературний слем — літературне змагання, в центрі якого презентація, де кожен із літераторів читає свої твори в різних турах, отримуючи певні бали від непрофесійного журі — глядачів.

Майданчик — захід на будь-яку тему, який проводять на обмеженій території.

Нон-стоп — захід, присвячений читанню віршів на одну тему, одного автора або авторських.

Ностальгія — захід, розважально-публіцистичного характеру, присвячений минулому (наприклад, «книги, які користувалися популярністю в минулому», «що читали наші батьки», «незаслужено забуті книги» і т.д.).

Поетичний зорепад — захід, присвячений шедеврам поезії або популярним поетам, що вимагає читання віршів.

Сторітелінг (від. англ. *storytelling* — розповідання історій) — це спосіб передачі інформації через розповідання історій. Використовується при підготовці масових заходів, в професійному навчанні, при підготовці інформації у ЗМІ, при веденні сайтів, блогів.

Флешбук — презентація або знайомство з цікавими книгами за допомоги цитат, ілюстрацій, особистих переживань та іншої інформації про книгу.