Муниципальное бюджетное учреждение культуры "Районное культурно-досуговое объединение" Дальнеконстантиновского муниципального района

Центральная библиотека им.Н.И.Кочина

******

***Продвижение***

***книги и чтения***

***через досуг и творчество***

***Методические рекомендации***

2022 год

ББК 78.32

П-78

Составитель: И.С.Игнатова

Продвижение книги и чтения через досуг и творчество: методические рекомендации/ сост.Ирина Сергеевна Игнатова. – р.п.Дальнее Константиново: Центральная библиотека им.Н.И.Кочина, 2022.

В последние годы в работе библиотек появилось много новых нестандартных форм деятельности, призванных способствовать продвижению книги и чтения. Некоторые из них уже вошли в практику ЦБС, другие ждут своего применения. В настоящее время библиотечным профессиональным сообществом осознано, что перспективы успешного развития есть только у библиотек, избирающих инновационный путь. С этой целью предлагаем вашему вниманию подборку новых форм массовой работы.

Методическое пособие адресовано сотрудникам библиотек.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Компьютерная верстка: Е.В.Дряхлова

Без чтения и развитого читательского вкуса трудно сегодня представить свободную, гармонически развитую личность.

Основная тенденция последних лет – утрата чтением его исключительной роли в жизни общества, потеря статуса престижного занятия. Распространение электронных средств массовых коммуникаций и урбанизация общества повлекли за собой процесс отхода от книг: взрослые теряют навыки чтения, а дети не приобретают их. Сложившаяся ситуация характеризуется специалистами как «кризис чтения».

Основная цель библиотек сегодня – максимальное приближение своей содержательной и организационной деятельности к реальным потребностям пользователей. В муниципальных библиотеках это, в основном, деловое чтение. На селе преобладают досугово-развлекательные формы. Библиотеки, выполняя общесистемные задачи, активно участвуют в формировании единого информационного и культурного пространства местного сообщества. На это должны быть нацелены все проводимые мероприятия. Библиотекам необходимо инициировать создание новых совместных взаимовыгодных проектов со своими партнерами, организуя рекламу своих мероприятий и услуг (афиши, буклеты, закладки).

Необходимо отдать предпочтение презентационным, интерактивным, мультимедийным формам информационно-просветительского и культурно-досугового направления.

Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа и театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах местного сообщества, и особенно молодёжи, зачастую воспринимающей печатный аналог как устаревший формат.

Никто уже не сомневается в том, что развитие компьютерных технологий дает возможность библиотеке быть конкурентоспособной на рынке информационных услуг.

Инновация в библиотечном деле – это создание принципиально новых образцов деятельности, выходящих за пределы норм, нерегламентированных, выводящих профессиональную деятельность на принципиально новый качественный уровень.  
Инновационная деятельность может быть направлена как на получение нового (в нашем случае библиотечно-информационного) продукта, так и на внедрение новых эффективных технологий работы.

Инновация в библиотеке присутствует во всех направлениях ее деятельности, в том числе в массовой работе, которая предполагает совокупность методов и форм организации обслуживания одновременно большого количества читателей или определенной группы пользователей.

В массовой работе очень важна роль библиотекаря, который непосредственно в неё вовлечён и от которого во многом зависит успех или неуспех мероприятия.

**Личностные и профессиональные компетенции библиотекаря:**

* артистические способности
* владение культурой речи
* коммуникативные навыки
* умение создавать интересные методики
* творческое начало
* личная заинтересованность
* умение убеждать и внушать
* умение выбирать оптимальную модель поведения
* владение технологией самопрезентации
* владение мультимедийными технологиями

**Как подготовить массовое мероприятие?**

Подготовка и проведение любого массового мероприятия происходят в несколько этапов.  
*Подготовительный этап:*

* определение темы мероприятия, его названия, читательского и целевого назначения (обычно этот подэтап проходит при составлении плана работы);
* составление программы (проекта) массового мероприятия;
* формирование аудитории (предварительные беседы, обзоры, опросы и т.д.);
* реклама массового мероприятия (подготовка афиши).

*Основной этап:*

* написание сценария массового мероприятия (оформление книжной выставки);
* проведение массового мероприятия.

*Заключительный этап:*

* оценка эффективности массового мероприятия;
* учет массового мероприятия.

При подготовке и проведении массовых мероприятий пользуйтесь предложенной схемой, последовательно выполняя все этапы.

К основным формам массовой работы  относятся:

- **наглядные** (книжные выставки, просмотры, рекламная деятельность);

- **устные** (обзоры, тематические вечера, диспуты и т. д.);

-**комплексные** (день открытых дверей, неделя книги, ток-шоу и т. д.).

Сейчас появились современные термины, заменяющие или включающие в себя понятие «массовая работа». В профессиональной библиотечной литературе широкое распространение получил термин «социокультурная деятельность».

Нельзя проводить чисто развлекательные игры и конкурсы, забывая о своей **миссии – продвигать и популяризовать книгу и чтение.**

Из инноваций в массовой работе последних лет можно выделить интерактивные методы. Интерактивность («inter» – взаимный, «act» – действовать) означает взаимодействовать, находиться в режиме диалога с кем-либо.   
Практика показывает, что знания, преподнесенные человеку в готовом виде, усваиваются на 50–60%, а то, в чем он принимал непосредственное участие – на 90%. Так, например, использование только монологовых форм в проведении массовых мероприятий для детей, часто приводит к тому, что им бывает скучно, так как они не имеют возможности реализовать свои потребности в самовыражении, самопознании и самоутверждении.  
Именно интерактивные методы помогают не только сформировать у читателей определённый набор знаний, но и пробудить их стремление к самообразованию, реализации своих способностей, развивают инициативу, обостряют эмоциональное восприятие, позволяют активно использовать творческий потенциал участников мероприятий, придают мероприятиям живой, неформальный характер, расширяют кругозор и активизируют познавательные интересы.

Китайская притча гласит: «Скажи мне – и я забуду. Покажи мне – и я запомню. Дай сделать – и я пойму». Это девиз интерактивных библиотечных мероприятий.

Первым мероприятием, которое помогает посетителям  познакомиться с библиотекой, является **День открытых дверей или «Путешествие в Книгоград».** Включает экскурсии по библиотеке, беседы, книжные выставки, игровые программы. Мероприятие проводится в течение одного дня. Обычно в начале учебного года для учащихся. Цель — привлечение потенциальных читателей и создание положительного имиджа библиотеки.

В библиотеках большой популярность пользуются игровые интерактивные технологии, когда в мероприятия вносится элемент игры.  
Это могут быть литературные игры: викторины, путешествия, конкурсы, брейн-ринги, КВНы, аукционы, лото и т. д. Литературные игры делят на «ролевые» (перевоплощение в литературного героя) и «интеллектуальные» (в их основе лежит процесс «разгадывания»). Все перечисленные формы включают творческие задания, обучающие и образовательные игры, вопросы-размышления. Главное условие – участники должны не только закрепить старый изученный материал, но и узнать что-то новое.

Еще одна форма работы – **Библиомарафон.** Это комплекс мероприятий (акции, презентации, конкурсы и т.д.), популяризирующих фонды библиотек по определенной теме, юбилейной дате, по выявлению лучших читателей. Библиомарафон может проходить в несколько этапов, в течение длительного времени.

**День книги.** Комплексное мероприятие, предусматривающее информацию о какой-либо книге (можно провести День патриотической книги, День подростковой книги). Это комплекс мероприятий (акции, презентации, конкурсы и т.д.), популяризирующих фонды библиотек.

**День библиотеки, или Книжный десант** подразумевает выход библиотекаря в школы и детские сады с обзорами книг и периодики для педагогов и детей. Могут включать в себя по возможности: выставки детской литературы, кукольные спектакли для школьников, беседы-консультации для учителей по воспитанию читательской культуры у детей, мастер-классы.

Продвижению чтения, повышению престижа книги и библиотеки способствует **Библиоперфоманс** (от англ. performance – «представление, спектакль») —  это форма, объединяющая возможности изобразительного искусства и театра, которая приближает библиотеку к  читателям, в какой-то степени делает её «своей». Молодежная аудитория особенно негативно воспринимает заорганизованность, жёсткую регламентацию, формализм. Выступая в роли модератора, библиотекарь должен уметь моделировать такие ситуации, которые способствуют свободному обмену мнениями. Читатели не только должны быть включены в действие эмоционально, но и непосредственно в нем участвовать, неизбежно внося в действие те или иные коррективы, активно. импровизируя.

**Звездопад поэтический -** мероприятие, посвящённое шедеврам поэзии или популярным поэтам, требующее чтения стихов (конкурс чтецов стихотворений о маме, стихи ко Дню Победы, Есенинский праздник поэзии, День памяти А. С. Пушкина и другие). Цель мероприятия: развивать интерес к поэзии, воспитывать любовь к творчеству поэтов, предоставить участникам возможность реализовать свой творческий и интеллектуальный потенциал.

Интересной формой работы является **Фестиваль - с**пециально организованное представление, демонстрирующее творческие достижения и способности. Как правило, выступления участников фестиваля объединены общей темой, девизом и т.д. (Сказочный фестиваль, Поэтический фестиваль, Фестиваль юмора). Фестиваль имеет конкурсную основу (выступления поощряются дипломами, титулами, сувенирами), но не носит ярко выраженного состязательного характера.

**Конкурсы**: творческих работ «С книгой по жизни», виртуальной рекламы «Читаем с умом», конкурс читательских пристрастий «Лидер чтения года», «Твой выбор, читатель!», креатив-конкурс «Молодое лицо читающей страны», фотоконкурс «Фотография с любимой книгой».

Еще одна современная форма работы, способствующая продвижению книги и чтения – это **Квест** (от англ. quest — «поиск, предмет поиска»). Это интерактивная приключенческая игра, участники которой объединяются в команды, перемещаются по пунктам, находят и выполняют задания в рамках общего сценария. Посредством жеребьёвки разыгрываются индивидуальные для каждой команды маршрутные листы с обозначением остановок.

Квест предполагает прохождение всех этапов в порядке, указанном в маршрутном листе. По времени он длится не более одного часа. На каждой остановке команды отвечают на вопросы или выполняют творческие задания. А те, кто доберется до финиша- смогут узнать главную тайну и получить за это супер-приз!

*Основные правила квеста:*  
1. Наличие определенного сюжета игры;  
2. Задания или препятствия;  
3. Конечная цель, к которой можно прийти, преодолев препятствия.

*Варианты связки сюжета игры:*  
· Конкретный герой книги;  
· Конкретная книга;  
· Определенный автор;  
· Сквозная тема для заданий.

*Задания для квеста могут быть:*  
- интеллектуальные (вопросы на знание текста, кроссворды, головоломки, расшифровка закодированных посланий);  
- ориентировочные (пройти по указанному отрезку пути, найти предмет или место по карте);  
- технические (собрать какую-либо конструкцию или активировать некий объект);  
- спортивные (добежать, проползти и пр.);  
- творческие (нарисовать, сочинить, спеть, станцевать и т.д.).  
Необходимо определить, какие подсказки получат игроки.

Квест-ориентирование **«С книгой по улицам города».** Это познавательная командная игра для молодежи. На старте в библиотеке участники получают карты-маршруты с местами контрольных пунктов. По условиям игры команда должна сориентироваться по карте, пройти все контрольные пункты и ответить на вопросы по определенной книге. Кроме правильных ответов учитывается время прохождения маршрута. Точки на карте – это своеобразные загадки, которые нужно сначала отгадать. В игре предусмотрены также задания: провести мини-опрос на улицах города (поселка) «Моя любимая книга», записать ответы на обратной стороны карты; раздать флаеры с рекламой библиотек на улицах; сделать фото отчет, презентацию или видеоролик об игре.

**Велофотокросс**-– это вид спорта, включающий элементы интеллектуальной игры и краеведения. Цель - за кратчайшее время добраться до контрольных пунктов, которые задаются одним из способов: игрокам сообщается адрес или названия и ориентиры; вручаются условные схемы или фотографии; загадываются загадки. В состязании могут принимать участие команды или индивидуальные игроки.

**Литературный суд -** это сюжетно-ролевая игра, имитирующая судебное заседание. Участники распределяют роли судьи, защитника, прокурора, судебных заседателей, потерпевших, обвиняемых и свидетелей. Подсудимым может быть какой-либо литературный герой, например, суд над Обломовым и над Печориным. Цель мероприятия - формирование обобщенного видения проблемы, обозначенной в произведении, а также развитие проблемно-культурного интереса к художественной литературе; воспитание гуманного отношения к человеку, уважения к его личной позиции, взглядам и убеждениям. Мероприятие призвано способствовать формированию личностной жизненной позиции, умения выражать отношение к проблемным ситуациям, умения высказывать собственное мнение по волнующим жизненным вопросам, желания давать им оценку.

**Книжный дресс-код** - форма массового мероприятия, где презентуют книги, которые можно считать обязательной составляющей имиджа современного человека.

В рамках **Библио – такси** «Любимые места родного города» библиотекари приглашают собравшихся гостей проехать на виртуальном такси по улицам города или села до конечной остановки – «Библиотека». Путешествие сопровождается красочной презентацией, создающей впечатление движения по заявленному маршруту. На каждой остановке «пассажиры» узнают что-то новое о родном городе, селе. В качестве гидов выступают постоянные читатели – коренные жители. На остановке «Памятник» можно рассказать об истории памятника о героях села. На сстановка «Соборная площадь» - о храме. На остановке «Улица имени…» участники могут прочитать стихи поэта или рассказать о герое. На конечной остановке «Библиотека» – рассказ о библиотеке, ее истории.

Наглядно – информационной формой является **Библиотечный квилт -** информационный стенд, состоящий из отдельных частей-лоскутов. Тематика библиотечных квилтов разнообразна: правовое информирование, СПИД, рукоделие, исторические события и др. Например: «Алкоголь: иллюзия свободы». На стенде представлена различная информация о влиянии алкоголя на организм человека. Среди читателей можно провести опрос «Стоит ли мерить жизнь миллилитрами?». Стикеры с ответами и информация, представленная библиотекарями, образуют узор лоскутного полотна на информационном стенде.

«Зимние сюжеты» – библиотечный квилт, который включает зимние рассказы, стихи, песни, «морозные воспоминания» читателей. Библиоквилт «Почитай, не пожалеешь!» – содержит рекомендуемые читателями книги.  
«Интересное о крае, в котором мы живем» – квилт из ответов на вопросы, которые читатели оставляют в течение недели: «Что для вас значит «Малая Родина», «Какие достопримечательности края вы знаете», «Что вызывает у вас чувство гордости как жителя края». Библиотечный квилт можно использовать в наглядной и массовой формах работы.

Серия мероприятий в помощь патриотическому воспитанию молодёжи , особенно актуальных к Дню Победы **- Вахта памяти**. Эта форма призвана содействовать выработке уважительного отношения к героическому прошлому своих соотечественников, потому может включать встречи с ветеранами, конкурсы патриотических стихов и песен, коллективные просмотры и обсуждения кинофильмов, читательские конференции. Завершающим мероприятием цикла может быть музыкально-тематическая композиция.

Сейчас все больше распространяется точка зрения, что книга должна выйти навстречу тем людям, которые никогда в жизни не открывали дверь библиотеки или книжного магазина. В разных городах возникают «уличные» и «парковые» библиотеки, где можно читать, просматривать газеты и журналы, рисовать. «Библиотека без стен и без границ» является своеобразным мостиком в большую библиотеку. Взаимодействие с пользователем еще до его прихода в библиотеку, возможность потенциального читателя узнать немного больше о вашей работе – вот плюсы «выездных» акций, мероприятий вне стен библиотеки.

В помощь продвижению книги и чтения могут быть направлены различные мероприятия.

**Летний читальный зал.**Проекты библиотек по организации летних читальных залов, расположенных в удобных людных местах или рядом с библиотекой, которые легко можно собрать, используя мобильные стеллажи и пластиковую мебель. Такие читальные залы могут работать по определенным дням недели и, конечно, в праздничные дни, когда наплыв жителей ожидается наибольшим. Летний читальный зал можно назвать так: «Библиотека под зонтиком», «Книжный сад: открытое пространство для чтения», «Читающий бульвар», «Книжный шатер».

**Библиофреш** (от англ. fresh — «свежий») или **Дегустация литературных новинок -** информирование о вновь поступившей в библиотеку литературе в кулинарном стиле.

В целях формирования у молодежи позитивного отношения к жизни и здоровью можно организовать в библиотеке **«День хобби»,** в рамках которого оформляется выставка творческих работ читателей, у которых есть хобби.

**«Я рисую книгу» -** создание своей первой книги, когда участники сами выбирают формат, оформляют обложку, иллюстрации и сочиняют свою историю. Все созданные книги ребята демонстрируют друг другу, а желающие декламируют свои истории.

Нельзя обойти стороной такую форму работы, как  **Акции.**  
Ключевое направление акции — популяризация книги, поиск новых форм её продвижения. От других форм массовых мероприятий акцию отличает умение создать специальное событие для достижения поставленной цели, активное вовлечение в неё участников. Смысл любой акции – возможность и умение донести своё видение проблемы через какой-либо сюжет, действие, используя определённые формы, механизмы, последовательность действий. Библиотечные акции позволяют наладить взаимодействие с потенциальным пользователем ещё до его прихода в библиотеку, продвигать интеллектуальные продукты и услуги библиотек.

При разработке любой рекламной акции важно уделить особое внимание разработке слогана. Слоган – рекламный лозунг или девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную формулировку рекламной идеи. Он придает эмоциональный смысл всей рекламной кампании. Например:

 ∙ «Пришёл. Увидел. Прочитал!»;

 ∙ «Иди по жизни с книгой!»;

 ∙ «Успешные люди много читают!»;

 ∙ «Заходите! Смотрите! ЧИТАЙТЕ!»;

 ∙ «Человек читающий – человек успешный!»;

 ∙ «Создай свое будущее – читай!»;

 ∙ «Читать – это здорово!»;

 ∙ «Быть читателем стремись – в библиотеку запишись!»;

 ∙ «Читай всегда, читай везде!» и т. д.

Существует четыре вида акций, которые чаще всего проводятся библиотеками: протестные, благотворительные, рекламные или в помощь продвижению чтения и книги, тематические.

**Протестные акции.** Например, антинаркотическая акция «Мы против наркотиков».  «Скажи наркотикам – НЕТ!», «Имя беды – наркотик» и другие.

**Благотворительные акции.** Общероссийская акция «Дарите книги с любовью», приуроченная к Международному дню книгодарения, который отмечается 14 февраля во многих странах мира. Главная идея праздника – вдохновлять людей дарить друг другу хорошие книги и показать, что бумажная книга остается хорошим подарком и не теряет своей ценности. Участниками акции могут стать все желающие. В рамках акции организован сбор книг для библиотеки, проводятся конкурсы, викторины, мастер-классы, можно организовать встречи с детскими писателями и другие интересные события.

**Рекламная акция «Книжное конфетти».** Может стать частью любого мероприятия. На столах в библиотеке рассыпаны конфеты, шоколадки, к которым прикрепляются фантики с цветными листочками рекламы книг и журналов для учащихся, отзывами о прочитанных книгах, слоганами с приглашением к чтению: «Брось мышку, возьми книжку!», «Человек успешный — человек читающий!», «Преуспевает владеющий информацией!» и др.

Среди акций в помощь продвижению чтения и книги можно выделить **флешмоб** – заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (мобберы) внезапно появляется в общественном месте, где в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия, неожиданные для окружающих, и затем одновременно быстро расходится. Например, «Школа с книгой». На определенной перемене в руках у участников акции появились книги, литературные журналы, плакаты и листовки, призывающие к чтению. Учащиеся (кто вслух, кто про себя) читают свою любимую книгу. При этом они выстраивались в круг или просто бродили по коридору. Всё действие было направлено на привлечение внимания других учащихся к читающим. Конфеты с рекламой участники акции уносят с собой, чтобы предложить своим друзьям и знакомым «отведать сладкий вкус книги и чтения».

**Либмоб.** В основе акции — блиц-опрос жителей населённого пункта про дорогу в библиотеку. Кто знает дорогу к библиотеке, получает смайлик. А кто не знает — календарик с адресом библиотеки и контактной информацией. Весёлая акция-игра несомненно повышает имидж Библиотеки.

Суть акции **«Подвешенная книга»** — популяризация чтения. Любой читатель может «подвесить» на неделю свою самую любимую книгу, со своей рецензией. Длительность акции 3 месяца. По результатам акции можно составить именные рекомендательные списки любимых книг активных участников. А также создать рейтинг самых-самых книг вашей библиотеки! В начале акции подвесить книгу может любой читателей, в ходе же акции, будут отбираться только наиболее активные читатели. Ведется список книг участниц акции. На книгу ставиться стикер-отметка «Подвешенная книга».

**Неделя возвращенной книги -** комплексное мероприятие, направленное на работу с задолжниками, предполагающее возвращение книг в библиотеку без взимания штрафных санкций.

Перечисленные формы продвижения книги позволяют позиционировать чтение как неотъемлемую составляющую образа жизни современного человека, необходимую для успешной образовательной, профессиональной и творческой деятельности. Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа и театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах молодежи, зачастую воспринимающей печатный аналог как устаревший формат. Библиотекарь просто обязан «быть в теме», владеть материалом в полном объеме. Это требует определенных интеллектуальных усилий, но результаты себя оправдывают.

Учитывая интересы и потребности пользователей, в библиотеках должен продолжаться поиск новых, нетрадиционных и эффективных форм работы, которые бы несли не только познавательную информацию, но были зрелищными, яркими, эмоциональными.