Центральная городская детская библиотека им. А. П. Гайдара

Мы работаем для вас!

Отдел библиотечных инноваций и методической работы

18 +

Методическое пособие

Акции, конкурсы и инновации в массовой работе

Новосибирск, 2022

Акции в библиотеке.

Как привлечь внимание подростков и молодёжи к чтению, которая реагирует только на что-то яркое, интригующее? Как оторвать их от Интернета и телевидения? Как книге стать достойным конкурентом и сообщником глобальной сети и СМИ? Для этого библиотеки должны использовать не только наработанный за годы своего существования весь арсенал средств и методов работы, но и внедрять интерактивные формы работы. Одна из таких форм – акция!

А для того, чтобы придать важность акции и получить эффективный результат, необходимо продумать цели, содержание и организацию проводимых мероприятий.

Акция (лат. actio) – действие, направленное на достижение какой-либо цели.

Акция – это яркое комплексное мероприятие, вовлекающее большое количество людей, как правило, имеющее большую социальную значимость.

Виды акций:

- общего характера;
- тематические;
- акции для молодых родителей;
- акции к юбилейным литературным датам;
- акции по одной книге, по творчеству одного писателя;
- рекламные акции (о библиотеке и ее возможностях);
- экологические;
- благотворительные (в помощь библиотекам, другим нуждающимся);
- протестные.

Алгоритм проведения акции

1. **Определение информационного повода**

- Значимые: юбилейная календарная дата, политическая, историческая, литературная и др.
- Проблемные: по волнующим аспектам (экология, наркомания и др.);
- Тематические: правовое просвещение молодежи, семейное чтение и др.);
- Адресные: для отдельных категорий населения: родителей, педагогов, библиотекарей (чтение детей, молодежи);
- Комплексные: в рамках реализации проектов, программ в библиотеке.

2. Определение целевой аудитории

- Дети (дошкольники, школьники разного возраста, дети с ограниченными возможностями);
- Молодежь (студенты, работающая молодежь, старшеклассники);
- Молодые родители;
- Читатели, условно поделенные на группы по профессиональным признакам:
- Педагоги и воспитатели и пр.

3. Ключевые моменты акции

Поиск ответа на вопросы: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, какие участники, какие ожидаются результаты и т.п.

4. Составление плана

- Определение темы акции;
- Определение цели и задач акции;
- Название, девиз;
- Определение даты (место, время) проведения;
- Разработка положения о проведении акции;
- Распределение и закрепление ответственных за акцию;
- Составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;

- Составление и рассылка пресс-релизов, размещение в социальных сетях, привлечение СМИ;
- Подготовка атрибутов акции;
- Подготовка и тиражирование печатной продукции (плакаты, закладки, буклеты и пр.).

5. Написание сценария (программы) акции

Сценарий (программа) акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели.

Акции, получившие признания в библиотеках:

- "Библионочь";
- Тотальный диктант;
- День библиотек;
- "Дарите книги с любовью", букроссинг;
- "Читаем книги о войне" ("Звезда памяти", "Лента памяти") и т.д.;
- "Страница 22" (Чтение вслух);
- Флешмобы, челенджи и т.д.;
- "Добровольцы - детям";
- Экологические и другие тематические акции.

6. Проведение акции

В акции необходим один координатор (модератор, ведущий, организатор – тот, кто ведет всю акцию). Он должен знать все варианты проведения акции в случае непредвиденных обстоятельств:

- А что делать, если будет плохая погода или участников будет меньше, чем планировалось?
- А что делать, если не хватит средств, призов и если не приедут СМИ?

7. Анализ акции

По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя следующие важные компоненты:

- Ход мероприятия в целом;

- Наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности, с которыми пришлось столкнуться при организации мероприятия;
- Общую эффективность мероприятия;
- Отклики СМИ на проведенную акцию.

Для успешного проведения акции разрабатывается рекламная продукция:

- Флаеры с девизом акции;
- Открытки-приглашения с программой акции;
- Листовки с высказываниями о чтении известных людей (если акция посвящена чтению);
- Книжные закладки;
- Аннотированные рекомендательные списки и прочая библиографическая продукция.

Конкурсы в библиотеке.

Конкурсы в библиотеке всегда способствовали развитию творческих талантов читателей, формированию у них потребности в поиске информации в книгах. Особенно это заметно в последние годы, когда в библиотеках, на просторах Интернета читателям предлагается великое множество различных конкурсов и программ.

Конкурсная деятельность библиотек, особенно детских, ориентируется в большей мере не на соревновательные, а на развивающие цели, что находит отражение в положениях о конкурсах, критериях оценки и отсутствии ярко выраженной установки на конкуренцию и состязательные принципы.

Выставки детских рисунков, рукописных книг, конкурсы чтецов, литературные, организованные библиотеками, способствуют развитию скрытых талантов читателей, порождают у них желание творить, ставить цели и достигать успеха.

Конкурс – личное или командное соревнование с целью выявления наилучших участников, исполнителей, лучшей работы и т. д.

Конкурс может быть самостоятельной формой работы (музыкальный, фольклорный, танцевальный, поэтический) или составной частью любого мероприятия, праздника, игры.

Конкурсы можно разделить по:

•статусному признаку: международные, всероссийские, региональные, межрегиональные, муниципальные, внутри отдельной ЦБС, внутри отдельной библиотеки;

•возрастному признаку участников: детские, взрослые, разновозрастные;

•степени участия конкурсантов: очные, заочные, очно-заочные;

•времени проведения: ежегодные, ситуативные (например, проводимые к юбилейным датам);

•сложности: комбинированные (несколько этапов), простые;

•содержанию: тематические, разножанровые, имеющие несколько номинаций, объединенных одной темой;

•месту действия: в библиотеке, в зале, фойе, на площади, в летнем оздоровительном лагере, в парке и т. д.;

•степени применения новых технологий.

Виды проводимых конкурсов также могут быть самыми разнообразными:

•Конкурсы рисунков и поделок

•Конкурсы фотографий

•Конкурсы буктрейлеров

•Литературные конкурсы

•Конкурсы переводов

•Конкурсы чтения (чтецов)

- Конкурсы для людей с ОВЗ
- Интернет-конкурсы

Инновации в массовой работе.

Массовые мероприятия, безусловно, являются эффективными формами библиотечной работы. Именно, благодаря им библиотекарь зачастую проявляет себя как творческая личность, профессионал своего дела и воздействует на читателя, привлекая, его к книге и чтению. Опыт проведения массовых мероприятий позволяет библиотекарю развивать коммуникативные и конструктивные умения и навыки, оттачивает мастерство, повышает творческий потенциал и профессиональное самосознание.

Начнем с того, что успех массового мероприятия напрямую зависит от предварительной работы, то есть рекламы. Это может быть: объявление, пригласительные билеты, афиши и многое другое. Сегодня библиотекари используют различные формы массовой работы.

Массовая работа нередко объединяет читателей с различными интересами, уровнем подготовки, степенью активности. В последнее время растет значение мероприятий, ориентированных на повышение роли читателя в его подготовке и проведении – необходимо учитывать личностные особенности потенциальных посетителей, степень общительности, владение культурой речи, художественным вкусом.

Учёт библиотечных мероприятий

Единицей учета библиотечных мероприятий является одно мероприятие:

– устный обзор, день информации, экскурсии и т. п., зарегистрированное в документации (паспорте массового мероприятия, в Дневнике библиотеки).

Комплексное мероприятие, включающее одновременное использование различных форм массовой работы, учитывается как одно мероприятие.

При проведении циклов мероприятий (недели, декады, месячника и др.) учитывается каждое входящее в цикл мероприятие.

При проведении совместного мероприятия двумя и более библиотеками данное мероприятие учитывается только той библиотекой, которая была инициатором и осуществляла подготовку сценария мероприятия.

Формы работы современной библиотеки.

Акции

- ✓ **Библиотечные сумерки.** Ключевое направление акции — популяризация книги, поиск новых форм её продвижения. Для участия в акции можно пригласить в партнёры книжные магазины, музеи, картинные галереи и другие учреждения культуры, а коммерческие организации — в спонсоры.
- ✓ **Буккроссинг** (от англ. — «перемещение книги»). Суть буккроссинга проста: человек, прочитав книгу, оставляет ее в людном месте. Эту книгу находит и читает другой человек.
- ✓ **Либмоб.** В основе акции — блиц-опрос жителей как пройти 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.
- ✓ **«Подвешенная книга».** Суть акции — популяризация чтения. Любой читатель, верой и правдой доказавший право носить это гордое звание, может «подвесить» на неделю свою самую любимую книгу, со своей рецензией, мнением, эмоциями. Акция запускает на 3 месяца, по результатам акции составляются именные рекомендательные списки любимых книг активных участников. А

также создается рейтинг самых, самых, самых популярных книг библиотеки!

Ведется список книг участниц акции. На саму книгу ставиться стикер-отметка «Подвешенная книга». Дополнительно фиксируется выдача акционных книг, а также очередь из желающих на ее прочтение.

Предполагаемые результаты: 1. Активизация чтения, увеличение книговыдачи абонемента. 2. Создание читательских рейтингов лучших книг. (В. Иванов рекомендует…) 3. Создание рейтингов лучших читателей. 4. Проведение творческого конкурса по самой читаемой книге.

Массовые мероприятия

✓ **Библиопленэры –** акции, которые проходят как в помещении библиотеки, так и на улице и могут быть различными: «вкусными» (День молока, мороженого, огурца); юмористическими (День подражания пиратам, День сони); познавательным (День зубной щётки, НЛО, скейтбординга и др.). Любой пленэр – это микс: тематическая выставка литературы, познавательная беседа с видеорядом, мастер-класс, подвижные игры, викторины, которые так любят дети. Библиопленэры – очень удобный формат знакомства семей с библиотекой, а сотрудники читален во время праздников получают прекрасную возможность неформально пообщаться со своими посетителями.

✓ **Либмоб** - в основе акции — блиц-опрос жителей как пройти 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.

✓ **Case-studies (кейс-стади)** - это метод обучения, основанный на разборе практических ситуаций. Популярный в последнее время формат. Как правило, он является частью больших событий (конференции и форумы). Участники эффективнее воспринимают практический опыт экспертов, чем теоретические выкладки. Интересным форматом может стать вариант, если на начальном этапе аудиторию разделить на малые группы и предложить им самим найти способ решения обозначенной проблемы.

✓ **Саунд-чтение**. Это чтение книг под музыку. Библиотекари выбирают интересный отрывок из книги. Затем с помощью проектора выводят этот текст на большой экран, чтобы всем было видно. Читатели, они же зрители – сидят, лежат – как им удобно – и читают книгу с экрана про себя. Приглашенный музыкант тоже читает с экрана книгу и создает живое музыкальное сопровождение, создавая уникальный саундтрек к книге.

✓ **Meet-up (Митап)** - Предполагает перевод онлайн-сообщества в оффлайн-плоскость. Программа мероприятия может состоять как из нескольких небольших презентаций от приглашенных спикеров с последующим свободным обсуждением, так и в форме свободного микрофона, когда тема встречи объявляется заранее, и каждый желающий может поделиться своим мнением. От организатора в этом случае требуется обеспечить несколько ключевых выступлений, чтобы задать темп общению. В целом же можно сказать, что «митап» – это формат, где основной фокус мероприятия приходится на сообщество и участников мероприятия.

✓ **PechaKucha - «Печа-куча»** (в переводе с японского «болтовня» или «звуки беседы») – это способ представления кратких докладов, специально ограниченных по форме и продолжительности. «Печа-куча» помогает научиться делать презентации и выступления краткими и динамичными. Сегодня это один из самых модных

способов организации неформального общения, возможность обменяться идеями, узнать интересную информацию из первых рук, найти единомышленников, договориться о новых проектах.

✓ **Silent Disco Talks (Бесшумная конференция)** - Интересный формат, позволяющий нескольким спикерам одновременно говорить на разные темы. Особенностью данного мероприятия является то, что участники самостоятельно выбирают того, кого они будут слушать. Такое нестандартное событие обеспечивается наушниками с различными каналами, переключение между которыми и дает такой эффект. Этот формат идеален, если параллельно проходят другие мероприятия или место проведения требует тишины. Помимо необычности, неоспоримым плюсом бесшумных конференций является сфокусированность аудитории на том, что говорит спикер. Организаторы должны поощрять соблюдение тишины в зале: так, например, признательность за доклад слушатели выражают беззвучными аплодисментами. Важно: для спикеров необходимо обеспечить звукоизоляцию, чтобы их не отвлекали другие докладчики.

✓ **Форсайт** - это системные прогнозы, в которых оцениваются тренды развития технологий и науки, что предоставляет возможность сконцентрироваться на определённых направлениях, вкладывая в них ресурсы. Основная особенность таких мероприятий — прогнозирование развития событий для отрасли, сообщества или организации. Участники мероприятия и приглашенные эксперты в рамках сформированных рабочих групп строят так называемые «карты времени» с учётом интересов, технологий, ключевых событий, тенденций изменений законодательства и потенциальных угроз, а затем, опираясь на полученные результаты и возможные сценарии развития событий, составляют план по долговременному развитию

организации. Такая форма подходит для проведения межбиблиотечных мероприятий.

✓ **World Cafe (Мировое кафе)** - Этот формат эффективен для обмена опытом по разным вопросам и разработки идей для новой стратегии. Участники мероприятия делятся на мини-группы (3-4 человека), число мини-групп соответствует числу вопросов, для которых планируется найти решение. В каждой группе выбирается хозяин стола, который остается на месте в течение всего мероприятия и аккумулирует полученные в ходе обсуждения идеи, а остальные члены являются «гостями», курсирующими между столиками и включающимися в обсуждения других проблем. Формат позволяет обсудить насущные вопросы с носителями различных мнений и создать списки идей, позиций и подходов к решению проблемы.

Креативные практики, которые используют библиотеки всего мира для привлечения читателей.

✓ **Плюс кино.** Кинопрокаты теперь никому не нужны, люди смотрят фильмы в интернете. Этим трендом воспользовались канадские библиотеки. Там посетителям предлагают не только книги, но и кино.

✓ **Вы в эфире**. В соцсетях и в Ютубе популярно устраивать стримы — трансляции видео в прямом эфире. В норвежской библиотеке Тойен оборудовали зону, из которой можно вести прямые эфиры и записи. Желающим постримить предоставлены все условия — приходи и делай. В России библиотеки ТАКЖЕ проводят стримы выступлений популярных писателей и тоже собирают аудиторию.

✓ **Библиолаборатории**. В юношеской библиотеке Республики Коми работает зона «Гвоздильня-LAB», где посетители занимаются техническим творчеством. В зале можно создавать и печатать модели

на 3D-принтере, распечатывать изображения на кружках, выпиливать электролобзиком сувениры, выжигать по дереву.

✓ **Виртуальная реальность**. Библиотеки приглашают читателей не только в литературные миры. Посетителям проводят виртуальные экскурсии, мастер-классы или предлагают поиграть в VR-очках.

✓ **Скачай в смартфон**. Библиотеки создают приложения для смартфонов. В них читатели могут посмотреть каталог изданий, рекомендации книг, календарь библиотечных событий, забронировать нужную литературу.

✓ **Автоматизация процессов**. В библиотеках устанавливают терминалы для сканирования читательских билетов, самостоятельного поиска нужной литературы, круглосуточного возврата книг.

✓ **Не только книги**. В американских библиотеках на дом выдают не только книги, но и вещи. Посетитель может взять напрокат на месяц нужный в хозяйстве прибор, музыкальный инструмент с обучающими курсами или маскарадный костюм.

✓ **Рекламный ход**. Библиотекари организовывают свидания вслепую для книг и читателей. Издания упаковывают в непроницаемую обложку, на которой написано, о чем произведение, и больше ничего. Акции пользуются успехом у читателей, ведь интересно же, что тебе достанется. Еще посетителям вместе с книгой выдают чек, где написано, сколько денег они сэкономили благодаря тому, что взяли книгу в библиотеке. Мелочь, а запоминается.

Составитель: ведущий библиотекарь ОБИиМР Миронова Н. С.
Редактор: начальник отдела ОБИиМР Михайлова М. М.