

**КІРОВОГРАДСЬКА ОБЛАСНА БІБЛІОТЕКА ДЛЯ ДІТЕЙ
ІМ. А.П.ГАЙДАРА**

ВІДДІЛ У СПРАВАХ РОЗВИТКУ ДИТЯЧИХ БІБЛОТЕК І МАРКЕТИНГУ

**“ТРАДИЦІЙНІ ТА ІНОВАЦІЙНІ ФОРМИ
БІБЛОТЕЧНИХ ЗАХОДІВ
ТА МЕТОДИКА ЇХ ПРОВЕДЕННЯ”**

КОНСУЛЬТАЦІЯ



м. Кіровоград
2003 рік

Об'єктивні зміни в суспільстві викликали зміни в свідомості бібліотекарів і споживачів інформації. У нинішній економічній ситуації бібліотеки виживуть лише запровадивши гнучкий бібліотечний сервіс, нові форми обслуговування і масової роботи.

Введення інновацій в бібліотеці потребує професіоналізму. Бібліотечні інновації не з'являються з нічого. Вони виникають внаслідок традицій, але при бажанні бібліотекаря-професіонала інакше уявити собі звичну професійну ситуацію, по-новому оцінити проблему.

Сподіваємося, що запропоновані у консультації методики проведення нових форм масової роботи стануть вам у пригоді.

Однією з найпоширеніших форм бібліотечного обслуговування є книжкова виставка. На перший погляд здається, що організація книжкової виставки – це традиційна форма бібліографічного інформування і вона не потребує особливих роз'яснень. Але це не зовсім так, оскільки в наш час є ряд обставин, які примушують по-новому подивитися на використання книжкових виставок. Це пов'язано, зокрема, з зайнятістю наших дітей; з пониженою увагою багатьох підлітків до читання; з більш утилітарним підходом деяких користувачів до вибору літератури (читання за учбовою програмою).

Багаторічний досвід наочної популяризації в бібліотеках приводить до висновку, що виставка, в більшості випадків, є найбільш дієвою формою популяризації літератури, адже на ній відбувається показ самих творів.

Книжкові виставки відіграють значну роль в роботі бібліотек по “паблік рілейшинз”. Вони здатні привернути увагу читачів до різних колекційних матеріалів; активізувати використання бібліотечного фонду; представити цікаву інформацію; об'єднати матеріали, розрізнені бібліотечною класифікацією; покращити загальну атмосферу в бібліотеці. Завдання організатора виставки - звернути увагу користувача саме на цю виставку.

Не потрібно гнатися за кількістю виставок. Хай їх буде небагато, але щоб вони надовго запам'яталися своєю оригінальністю. Цьому сприятимуть уміло підібрані ілюстрації, фотографії, композиції з квітів або гілок, зразки декоративно-прикладного мистецтва, що відповідатимуть темі виставки.

Ніяких обмежень на експонування будь-яких предметів немає.

Не лише актуальним, а й певною мірою незвичним повинен бути заголовок виставки. Зацікавлять користувачів виставки з нетрадиційними назвами, розраховані на різні смаки і настрої. У вигляді вислову: “Книга, яку чекали”, “Природа – історія хвороби”; чи у формі питання “Діалог з природою... Якою мовою?”, “Чи легко творити добро?”, або звернення до читача “Що ти знаєш про закон?”, “Вчись бути здоровим”, “Коли хочеться відпочити...”, “Улюблені книги дитинства твоїх батьків” (з відгуками дітей та дорослих), “Книга, яка мені сподобалася”. Перевага віддається коротким назвам, тому що добре запам'ятовується заголовок з 3-7 слів. Особливо цікаве видання можна виділити, наприклад, за допомогою закладок з текстом: “Увага! Новинка!”, “Пропонує читач”, “Книги – лауреати...”

Дотримання певних **правил** оформлення виставок допоможе зробити їх змістовними, привабливими, цікавими для користувача. Виставка:

- не повинна зливатися з навколишньою обстановкою;
- при оформленні необхідно включати ряд декоративних елементів для фокусування уваги користувачів;
- ілюстрації повинні розповідати про головні особливості книги;
- кольорові ілюстрації вдвічі ефективніші ніж чорно-білі;
- ілюстрації “захаращені” деталями, фото масових сцен сприймаються гірше, ніж ті, на яких зображені 1-2 людини;
- непарне число об'єктів у композиції сприймається краще, ніж парне;
- найчастіше привертають увагу елементи нові, несподівані, незнайомі;
- краще сприймається інформація у верхній частині композиції та експонати, розміщені зліва.

Види книжкових виставок та методика їх організації.

Розрізняють дві основні групи традиційних книжкових виставок: інформаційного характеру та тематичні. До виставок інформаційного характеру належать виставки **новинок** і так званих “забутих книг”.

Виставки новинок – літературу на такій виставці можна підібрати по галузях знань; різновидність – **виставка нових журналів**. Вони також підбираються по галузях знань. Бажано за кожною новою назвою закріпити відповідне місце на вітрині.

Виставки “забутих книг” – популяризують в більшості художню літературу. Вони нагадують читачам про хороші художні твори, які мало відомі широким колам користувачів. Сюди ж можна віднести виставки під назвою “Книги, що заслуговують на увагу”. На таку виставку підбираються книги, які деякий час не видавалися (до 20-25 книг, різних за темою і автором).

Тематичні книжкові виставки:

- присвячені актуальним питанням, наприклад, “Обери вірний шлях – бути здоровим”;
- життю і діяльності окремих видатних осіб (персоналії) – “Не зітри, роде мій, ті гарячі сліди” (до ювілею М.Вовчок);
- до пам’ятних дат – “Перемоги світлий день” (до Дня Перемоги);
- на допомогу навчальному процесу – “Про школу та навчання”
- присвячені одному твору – “Швеція. Стокгольм. Карлсону.”

До нових видів книжкових виставок можна віднести:

- виставку-діалог, - дискусію, - вікторину, - питання, - конкурс, - виставку однієї книги (статті), - рекламу, - подорож, - пошук, - аукціон, - презентацію,
- озвучену книжкову виставку.

Основна ознака **виставки-діалогу** – проблемна дискусійна форма назви та розділів. Завдання бібліотекаря – виявити найбільш цікаві питання, оформити рубрики-розділи (Відповідаємо на запитання користувачів”), підібрати відповідну літературу. Наприклад: “Відродження писанкарства”, за розділами якої читач знайде літературу, що дасть відповіді на питання:

1. Що таке писанка? З чим пов’язане її виникнення?
2. Які орнаменти найбільш поширені на Україні? Яка специфіка існує в орнаменті нашого краю?
3. Чи знаєте ви майстрів, які займаються писанкарством?

На відміну від виставки-діалогу, на **виставці-дискусії** розглядається одне питання, а представлена література висвітлює його з різних, інколи протилежних боків. За допомогою цієї форми варто висвітлювати теми; “Шляхи відродження ремесел – якими їм бути?”, “Сучасне і традиційне в народному мистецтві. Чи можливе їх окреме існування?”, “Сім’я і ринок: як вижити?” (користувач може сам висловити свою думку, вклавши лист з рекомендаціями в кишеньку “Слово читачу”).

З метою збереження бібліотечного фонду можна оформити виставку “По слідах загублених книг” за розділами: “Цю книгу тримає боржник”, “Люди, що ви з нами зробили?” та інші.

Мета **виставки-вікторини** розширити кругозір читачів і звернути увагу на книги, які рідко запитуються. У зверненні до користувачів необхідно розкрити умови виставки. Пропонуються питання і книги, в яких можна знайти відповіді. Переможець отримує приз.

Для оформлення **виставки-питання** попередньо збирають цікаві питання, систематизують. Потім підбирають книги, періодичку, де є відповіді. Розміщують текст питання, поруч книги.

Виставка-конкурс частіше застосовується в роботі з дітьми. Біля виставки розміщується плакат з умовами конкурсу на кращий малюнок, вірш, розповідь на відповідну тему. Зазначається дата підведення підсумків, роботи учасників збираються у конверті на виставці.

Наведемо приклад організації такої виставки Підліснлянською сільською бібліотекою Олександрівського району, яка проводила виставку-заочний історичний конкурс на тему: “Діялось, було...”. На виставці були представлені описи якихось історичних подій і користувачі залишали протягом тижня у конверті відповіді на питання: про яку подію іде мова, дата та коли вона відбувалася? На цій же виставці були висвітлені результати підсумків конкурсу.

Виставка-словник експонується на допомогу самоосвіті користувачів бібліотеки і оформляється постійно з метою роз’яснення нового терміну чи поняття. На виставці представляють книги довідкового характеру, матеріали з періодики, де можна знайти пояснення. Наприклад, термін “інтенсифікація” треба пояснити, розмістивши поряд “Короткий політичний словник”, “Економічний словник”, матеріали з газет, де розкривається цей термін.

Виставка-реклама – це постійна або тимчасова експозиція публікацій про історію створення бібліотеки, демонстрація її раритетів, ілюстративний матеріал про етапи її розвитку, відгуки користувачів і гостей та інші матеріали. Наприклад, можна підготувати книжкову виставку “Бібліотечний вернісаж” за розділами:

- “Візитна картка бібліотеки” (видання бібліотеки);
- “Тут думи, почуття, мудрість віку” (статті і рідкісні видання);
- “Дари безцінні” (презентація книг, подарованих читачами);
- “Хіти літератури” (книги – відкриття року);
- “Не книги – перли! Пропонуємо перевидати!”

Виставка-подорож широко розповсюджена в дитячих бібліотеках. Наприклад, при оформленні виставки “В глибини всесвіту”. Кожен розділ – тут маршрут подорожі, де представлена науково-популярна та художня література, періодика. Останній розділ – завдання: складання карт маршрутів, написання щоденників подорожі, фантастичних оповідань про польоти до зірок, що потім розміщуються в цьому ж розділі.

При оформленні **виставки-пошуку** бібліотекарями виставляється лише частина літератури, інша – знаходиться самими дітьми за допомогою ДБА і розміщується на виставці. Цікавіше буде розділити школярів на дві групи і дати час на пошук матеріалів. Доречно її використати під час проведення Дня інформації, Дня бібліографії. Наприклад, “Україна: історичні періоди розвитку”.

Для поліпшення організації і методики книжкових виставок в бібліотеці доцільно було б більше уваги приділяти вивченню їх ефективності, побажань користувачів щодо тематики, оформлення, розміщення книг. Недостатньо використовуються можливості реклами, яка обмежується найчастіше об’явами в холі бібліотеки, у пресі про заплановані експозиції. Існують ще: листівки-закладки, реклама у вікнах бібліотеки, огляди книжкових виставок за певний період часу з розкриттям найбільш цінних її розділів, окремих книг; запрошення на презентацію книжкових виставок. Майже відсутні виставки друкованих видань, подарованих читачами, організаціями, спонсорами. Для успішної реклами книжкової виставки чи масового заходу бібліотеки можна використати афішу, де окрім тексту в 7-10 рядків розмістити малюнок, фотографію, зображення символіки бібліотеки.

Однією з характерних рис сучасного стану масової роботи в бібліотеках є широке використання поряд з традиційними нетрадиційних форм масової роботи. Цим заходам притаманна особливість: вони сприяють неформальному спілкуванню читачів, цікавому проведенню вільного часу, дозволяють бібліотекареві оперативно враховувати і відгукуватися на нові запити користувачів бібліотеки.

До нетрадиційних форм роботи можна віднести: казкотренінг, бібліотечну мозаїку, книжковий аукціон, літературне лото, літературний альманах, літературний диліжанс (вернісаж), бенефіс читача (сім'ї, письменника). Часто використовуються методики проведення телевізійних ігр ("Поле чудес", "Зоряна година", "Перший мільйон", "Що? Де? Коли?" тощо).

Але хочеться звернути увагу на те, що часто, крім назви, нічого нетрадиційного не відбувається ні у застосуванні атрибутики, стилі проведення заходу, ні у спілкуванні з аудиторією. Наприклад, аукціон книг можна без перебільшення назвати вікториною; годину роздумів над книгою – бесідою про прочитане; літературний альманах – усним журналом, тощо. Таким чином, використання тієї чи іншої форми масового заходу зобов'язує бібліотекаря продумати всі деталі, елементи, передбачити характерні особливості, що відрізняють нетрадиційні і традиційні підходи до методики масової роботи.

Таким чином інноваційний підхід до масової роботи передбачає:

- розуміння її як складової частини маркетингової концепції обслуговування користувачів;
- оновлення принципів її побудови і проведення;
- урізноманітнення усних і наочних форм задоволення попиту та організації дозвілля користувачів;
- збагачення методики масових заходів;
- використання різноманітних засобів бібліотечної реклами.

При визначенні напрямків подальших інновацій у масовій роботі бібліотек прислухайтесь ще до однієї поради відомого спеціаліста у галузі бібліотечної справи Г.Фонотова: "Реформувати треба те, що впливає з реальних потреб, усвідомлених вами. Порадьтеся з читачами. У бібліотечній справі будь-яке новаторство корисно поєднувати з розумним консерватизмом".

Серед великої кількості форм масової популяризації книги сьогодні вирізняються, на наш погляд, найрізноманітніші літературні вечори: театр книги, літературне ревью, літературно-музичні вернісажі, літературні лабіринти.

При проведенні **театру книги** вибирається книга і готується її збільшений макет. Бібліотекар розповідає про життя і творчість письменника, зупиняється на вибраному творі, розкриває сюжет, характеризує героя. Все це робиться для того, щоб інсценіровка, яка буде після цього, органічно спліталася з розповіддю ведучого.

Літературний лабіринт – це своєрідна літературна гра, яку можна проводити для різних категорій користувачів. Вона проходить у декілька турів, кожний з яких – подорож у літературні світи: поезію, фантастику, драму. За умовами гри готують запитання на задану тему. Учасники лабіринту дають відповіді на запитання, які і будуть своєрідним виходом із чергового тупика лабіринту. На стенді відмічаються фішками номери тих, хто успішно проходить повороти лабіринту, правильно дає відповіді, вказуючи літературне джерело. Ця форма роботи приваблива тим, що в ній можуть брати участь усі запрошені до бібліотеки (сценарій казкового лабіринту "Відчиняє казка двері", проведений Світловодською МДБ-філією № 8).

Тематичне лото може завершити вечір запитань і відповідей, інформаційно-пізнавальну годину. Його тема визначається темою заходу. Учасники діляться на дві команди, вибирають капітанів. Ведучий роздає членам команди рівну кількість карток (напр. 5). На одних картках – написані терміни, на інших – їх визначення. Завдання членів команди – правильно згрупувати картки. При відборі термінів для лото використовуйте словники, довідкові видання.

Літературне лото – це своєрідне змагання на краще знання літератури. Завдання для гравців можна написати на невеликих картках. В основному – це тексти з уривків літературних творів різних авторів. По змісту гравці повинні визначити, звідки ці рядки та

хто їх автор. Назвавши автора та твір, гравці знаходять книгу на виставці, спеціально організованій для проведення гри. У грі беруть участь дві команди з однаковою кількістю учасників. Загальна кількість гравців у обох командах повинна дорівнювати кількості карток із завданнями. Кожному учаснику дається одне завдання. Крім карток із текстами та книжкової виставки необхідно приготувати два ігрових поля. Кількість клітинок на ігровому полі повинна дорівнювати кількості карток із завданнями, призначеними для кожної команди. Гравці по черзі вибирають із коробки картку із завданнями, прочитують вголос і повідомляють через хвилину відповідь. Якщо відповідь вірна – крейдою заштриховують одну клітинку на своєму ігровому полі. Виграє команда, яка першою заштрихувала всі клітинки свого ігрового поля.

Великий інтерес серед користувачів викликають різні конкурси, ринги, турніри.

Літературний ринг. Учасники: 2 команди, ведучий, журі. Гра складається з трьох раундів. Обов'язково гонг чи дзвіночок, яких сповіщає про початок та закінчення раунду. Перед початком гри – розминка. Після кожного раунда журі оголошує підсумки (літературний ринг "Поверь в себе" підготовлений Світловодською МДБ-філією № 8).

Літературний ярмарок – це своєрідний конкурс читачів у декілька турів. Учасники конкурсу пропонують журі відповіді на запитання з творчості письменників, виконують різні завдання. Кращі з них журі "купує" (сценарій "Літературно-казкового ярмарку" розробленою Долинською РДБ).

Розробки і методики різноманітних масових заходів часто публікуються в різних періодичних виданнях. Ось деякі з них:

Гейко І. Підліток і право: Правовий брейн-ринг для старшокласників.// Шкільний світ. – 2003. - № 14. – с. 6-7.

Интеллект-казино: Сценарий// Последний звонок. – 2002. - № 5. – с. 10-11.

Кашильская Л. Взрослеют наши мальчики: Рыцарский турнир// Позакласний час. – 2003.- № 9. – с.17.

Погорелова Е. Турнир знатоков: Сценарий// Педсовет. – 2002. - № 12. – с.13.

Игры на стене. Методика организации и проведения// Библиотека. – 2003. - № 2. – с.55.

В журналах "Світ дитячих бібліотек", "Бібліотека", "Читаєм. Учимося. Іграєм." систематично друкуються сценарії різноманітних масових заходів.

Привабливий образ бібліотеки сьогодні – багатогранний. Вона необхідна дорослим і дітям, як центр спілкування, джерело інформації, відкритий дім для всіх тих, кому потрібна книга, психологічне розвантаження і навіть ліки. Тому так важливо сьогодні не замикатися на традиційних формах роботи, а перебувати у постійному пошуку нових, щоб винести на суд юного користувача незвичну виставку чи масовий захід. Лише так ми не загубимо свій імідж, а бібліотека завжди буде залишатися втіленням нового.

*Матеріал підготувала
Н.І. Расторгуєва, завідувача відділом*

*Комп'ютерний набір
О.А. Котова, методист*

*Відповідальна за випуск
О.В. Ліней,
заступник директора з наукової роботи*