

МБУК «Межпоселенческая библиотека» МО ТР
Методико-библиографический отдел

Продвижение книги и чтения



*средствами визуальной
культуры*

методическое пособие с рекомендациями

г. Темрюк
2020 г.

Составитель:
методист по детской работе
С.А.Романченко

Ответственный за выпуск:
Директор МБУК «Межпоселенческая библиотека»
МО Темрюкский район Л.Б. Асланова

«Продвижение книги и чтения средствами
визуальной культуры»
МБУК «Межпоселенческая библиотека» МО
Темрюкский район; методико –
библиографический отдел; [сост.
С.А.Романченко]; отв. за выпуск
Л.Б. Асланова. – Темрюк, 2020 г.- 24 с.

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.

Визуальные образы имеют реальное воздействие на новые поколения, которые наиболее подвержены внешнему влиянию, остро ощущают на себе воздействие окружающей среды, связанное с более глубоким проникновением видеокультуры в современную жизнь. Развитие мультимедийных средств во многом меняет подход библиотекарей к привлечению читателей к книге. Продвижение книги и чтения с использованием средств визуальной культуры все более уверенно входит в практику работы российских библиотек.



Никто уже не сомневается в том, что развитие компьютерных технологий дает возможность библиотеке быть конкурентоспособной на рынке информационных услуг. Интерактивные, диалоговые формы более действенны, и объясняется это просто – увиденное и услышанное человек запоминает на 50-60 %, а то, в чём он принимал участие – на 90 %.

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.

Какие существуют интерактивные формы привлечения читателей в библиотеку?

Интерактивные, диалоговые, мобильные формы работы.

1. *Проведение акций:* «Читай во имя мира», «Читаешь? Смотри бесплатно!», «Через книгу к добру и свету»

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.

2. *Проведение фестивалей:* «Весь мир – библиотека!», «Читающий край».

3. *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».

4. *Дни открытых дверей:* «Библиотека – это здорово!..», «Библиотека знакомая и незнакомая».



5. *Культурно-досуговые программы:* «Воскресенье в библиотеке», «Библиотечная продленка».

6. *Литературные брейн-ринги:* «В кругу любимых книг», «Писатели нашего детства».

7. *Комплексные формы продвижения книги и чтения:*

- ✓ бенефисы читателя;
- ✓ библиопикник на природе «И нет лучше чудес, чем наш лес!»;
- ✓ молодежные уличные флешмобы: «Любимая книга», «Минута чтения», «Как пройти в библиотеку?», «Открой свою книгу».

Все перечисленные формы работы можно организовать по датам.

Можно организовать продвижение книги и чтения в местах отдыха – «Литературная беседа в парке», «Читающий бульвар», «Книжная аллея», «Читай-дворик», литературные чтения



«На ступеньках», «Летний читальный зал под открытым небом», «С книжкой на скамейке»,

«Книга в дорогу!», «Читаем без остановки», «Читающий маршрут», «Литературный автобус».

Яркие инновационные формы работы по продвижению книги привлекают молодежь. Поэтому специалисты библиотек в своей работе ищут новое, творчески подходят к проведению мероприятий для подрастающего поколения.

8. *В библиотеках для юношества можно проводить:* поэтические ринги, литературные дилижансы, досье, Дни новой книги, Дни литературных игр, Дни книг-именинников, книжное дефиле, литературные салоны, поэтические качели и т. д.



Продвигая книгу и чтение, библиотекари области находятся в постоянном поиске, изучают мнение читателей о литературе, выявляют их пристрастия и оценки, проводят опросы.

Например, можно провести *блиц-опросы*: «Десять книг, которые потрясли Вас», «Какую роль играет чтение в Вашей жизни?», «В моей семье читают», «Культура, чтение, библиотека глазами молодежи», «Библиотека моей мечты», «Ты и твоя библиотека», «Книга, чтение, библиотека в Вашей жизни».

9. *Создание интерактивных выставок*

Появление и распространение разнообразных по форме и тематике интерактивных выставок объяснимо стремлением библиотек найти своё место в обществе.



Интерактивная выставка в библиотеке призвана не только обеспечить обратную связь между читателем и библиотекарем, но и организовать живое общение между посетителями выставки, призвать их к обсуждению

поставленной проблемы. Много можно достигнуть, просто став интересными для своих читателей. Современная работа по продвижению книги и чтения вдохновила библиотеки на поиск новых форм воздействия на реального и потенциального читателя, но библиотекари продолжают высоко оценивать возможности библиотечных выставок.



Грамотная, яркая, оригинальная выставка помогает привлечь внимание читателя, служит рекламой не только конкретных книг, но и библиотеки в целом. Потенциал традиционной тематической выставки по-прежнему высок. Теория и практика выставочной деятельности активно развивается. Периодически возникает необходимость в классификации библиотечных выставок.

Можно предложить следующую типологию интерактивных библиотечных выставок:

- · *Игровые выставки.*
- *Диалоговые выставки.*
- *Выставки, подготовленные при участии читателей.*
- *Выставки-исследования.*
- *Выставка-викторина.*
- *Выставка-кроссворд.*
- *Выставка-чайнворд.*
- *Выставка-загадка.*
- *Выставка-провокация.*
- *Выставка-конкурс.*
- *Выставка-размышление.*
- *Выставка-предостережение.*
- *Выставка «вопрос-ответ».*
- *Выставка-отзыв.*
- *Выставка-обсуждение.*
- *Выставка-диспут.*
- *Выставка-дискуссия.*
- *Выставка-полемика.*



- *Выставка любимых книг читателя.*
- *Выставка-бенефис.*
- *Выставка-настроение.*
- *Выставка-ситуация.*
- *Оформленная читателем выставка.*
- *Дополненная читателем выставка*

Новые формы массовой работы в библиотеке

Чтобы привлечь и удержать в библиотеке современных читателей, необходимо внедрять в свою деятельность новые формы проведения мероприятий.

Предлагаем Вашему вниманию формы массового обслуживания, которые помогут разнообразить работу библиотек.



Авторитет имени - встреча с кем-либо.

Альянс литературно-музыкальный - (союз, объединение)

Библио-бар - форма мероприятия, где предлагаются для прочтения книги самых популярных авторов. В библио-баре можно подойти к понравившейся стойке и выбрать то, что «повкуснее».

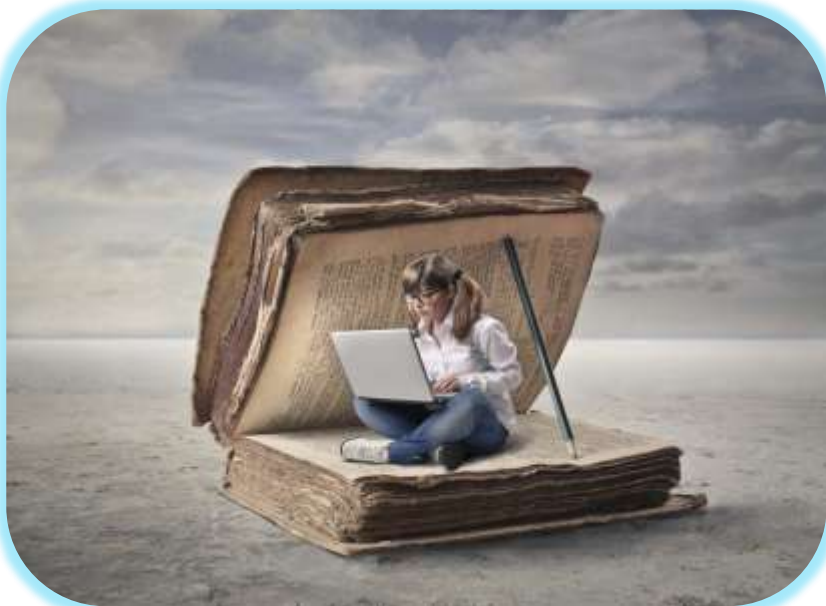


Библиокараван — цикл выездных мероприятий, выставок, обзоров, объединённых одной темой, и представленных в разных организациях и учреждениях.

Библиошоу — библиотечное мероприятие яркое, показное, рассчитанное на шумный внешний эффект.

Библиотечный бульвар - мероприятие, проводимое на улице с целью рекламы книги и чтения.

Библиофреш - (англ. *fresh* - свежий) библиографический обзор новинок,



Бюро литературных новинок — мероприятие по продвижению новинок литературы среди читательской аудитории, пропаганда лучших литературных имен, в том числе через организацию творческих встреч.

Вечер-элегия — музыкальный или лирический вечер, посвященный поэтическим или музыкальным произведениям.

Витражи - литературные мероприятия о произведениях декоративного искусства изобразительного или орнаментального характера.



Гурман-вечер любителей... жанра — вечер, посвященный определенному жанру литературы, подготовленный с учетом подчеркивания лучших сторон данного жанра.

Диско-лекция - устный рассказ, сопровождаемый видеорядом (показ слайдов, фрагментов видеофильмов) и специально подобранной музыкой. Сопровождаемые беседой, диспутом, выставкой, диско-лекции являются удобной формой популяризации книг.

Завалинка – посиделки на народные фольклорные темы.

Завалинка музыкальная - посиделки на народные фольклорные темы, с музыкальным сопровождением.

Звездопад поэтический – мероприятие, посвященное шедеврам поэзии или популярным поэтам, требующее чтения стихов.

Имидж-коктель - встреча с кем-либо.



Качели дискуссионные - обсуждение двумя командами какой-либо проблемы, вопроса.

Книжный дресс-код - форма массового мероприятия, на котором презентуют именно те книги, которые можно считать обязательной составляющей имиджа современного человека.

Комильфо-вечер – (вечер хороших манер), вечер, посвященный этикету.

Компас литературный – библиографическая игра на любую тему, посвященная поиску какой-либо информации, как правило, с практическими заданиями.

PRO-движение книги – рекламная компания по продвижению книги к читателю.

Ток-шоу - на обсуждение выносятся какой-либо вопрос. Участникам предлагается обсудить несколько жизненных ситуаций, разыгранных актерами. Библиотекарь руководит обсуждением. Цель — нравственное воспитание читателей.



Феерия - представление сказочного содержания, отличающееся пышной постановкой и

сценическими эффектами. Волшебное, сказочное зрелище.

Флешбук - презентация или знакомство с интересными книгами с помощью цитат, иллюстраций, личных переживаний и другой информации о книге.

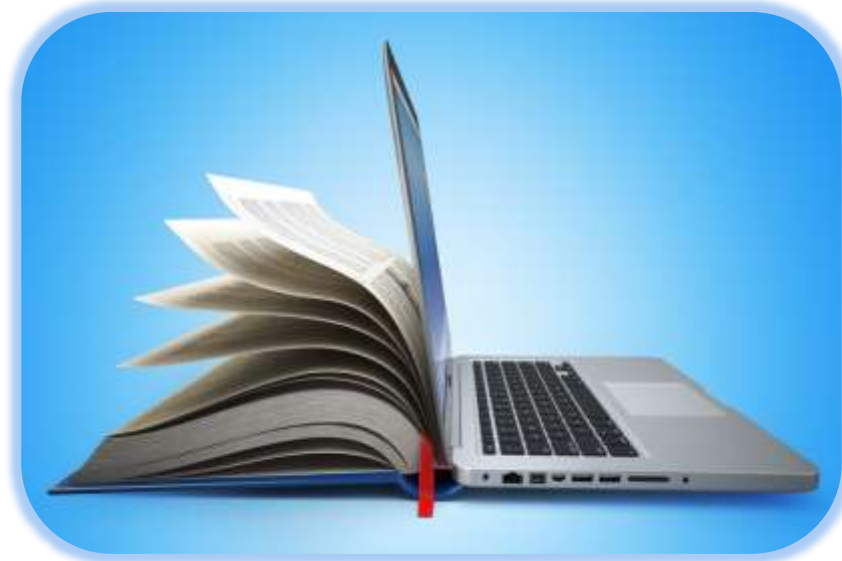


Флэшмоб – в переводе с английского «быстрая толпа», «вспышка» толпы», «мгновенная толпа».

Сбор людей с целью проведения одноразовой акции.

Это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия по сценарию и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны, как ни в чем не бывало.

Чародей-вечер (под Новый год) – новогоднее представление (вечер), используется создание атмосферы чуда, волшебства.



Визуальные образы имеют реальное воздействие на новые поколения, которые наиболее подвержены внешнему влиянию, остро ощущают на себе воздействие окружающей среды, связанное с более глубоким проникновением видеокультуры в современную жизнь. Развитие мультимедийных средств во многом меняет подход библиотекарей к привлечению читателей к книге.

Поскольку в современных условиях Интернет — это источник информации и место для общения, особенно молодёжной аудитории, его нужно

активно использовать в пропаганде книги и чтения.

Медиа — вся совокупность средств аудио-, теле- и визуальной коммуникации. Средствами интернет-коммуникаций могут быть сайты, блоги, социальные сети. Для того чтобы продвигать чтение в виртуальной среде нужно создавать соответствующий контент.



Требования к контенту

- Любой текстовый материал должен быть проиллюстрирован.
- Тексты должны быть интересны и информативны для пользователя.
- Обновляемость контента должна быть ежедневна.

В итоге созданный Вами контент должен проинформировать, привлечь внимание, вызвать желание обратиться к книге. Структура контента для продвижения чтения состоит из нескольких

частей: знакомство с книжными новинками, рекомендациями к прочтению, информации об электронных книжных ресурсах и мероприятиях, направленных на популяризацию книги, отзывами на книги. Сайт библиотеки — это её представительство в Интернет, его главная задача — предоставлять информацию удалённому пользователю, который, может быть, и никогда не придёт в библиотеку по причине отдалённости, но, он будет вашим пользователем: собеседником, соавтором, читателем.





Список Интернет-источников:

1.« Продвижение книги и чтения средствами визуальной культуры».

[Электронный ресурс] //Режим доступа:
rba.ru/content/news/vid_news_str.php?id=106

/Загл. с экрана

2.« Комплексные формы продвижения книги и чтения». [Электронный ресурс] //Режим доступа:
k-cbs.tls.muzkult.ru...Prodvizhenie_knigi...chteniya...

/Загл. с экрана

3. «Продвижение чтения в социальных медиа».

[Электронный ресурс] //Режим доступа:
fessl.ru/docs-downloads/NMO/prodvizhenie-chteniya...

/Загл. с экрана

***МБУК «Межпоселенческая библиотека»
МО Темрюкский район
г. Темрюк, ул. Ленина, 88
Тел., факс: (861-48) 6-04-27; 5-23-93
e-mail: knigatem.metod@yandex.ru
<http://www.bibliotemryuk.ru/>***