



МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

НОВЫЕ ФОРМЫ МАССОВОЙ РАБОТЫ В БИБЛИОТЕКЕ

Массовая работа библиотеки предполагает совокупность методов и форм организации обслуживания одновременно большого количества читателей или определенной группы пользователей.

Массовые мероприятия с использованием различных форм и приемов помогают читателям эмоционально воспринимать значение, смысл, содержание как литературных произведений, так и явлений, событий. Сотрудники библиотеки должны показать, что чтение может доставлять эстетическое наслаждение, что общение с книгой раскрывает широкие горизонты перед человеком, что книга и чтение являются неиссякаемыми источниками знаний и информации.

Каждое мероприятие должно иметь свою конкретную читательскую аудиторию. Для формирования положительного имиджа библиотеки важно проводить мероприятия совместно (в сотрудничестве) с другими библиотеками, организациями, учреждениями, общественными организациями и т. д.



Для достижения большего результата в работе библиотек предлагаем воспользоваться нехитрыми советами по освоению новых форм продвижения книги и чтения:

- Внедрение новых форм не должно быть самоцелью: они должны иметь преимущества перед использовавшимися ранее формами и применяться для повышения эффективности деятельности учреждения, а не для разнообразия деятельности библиотекаря.
- Работу нужно начинать с изучения отечественного и зарубежного опыта: возможно, то, что вы планируете внедрить в свою работу, уже существует в деятельности другой библиотеки и можно воспользоваться их опытом. Сегодня предоставлен большой выбор современных форм продвижения книги и чтения. Необходимо выбирать наиболее интересный опыт, применимый в условиях вашей конкретной библиотеки.
- После внедрения новой формы необходимо провести оценку ее эффективности: определение плюсов и минусов, дальнейших путей развития и усовершенствования.



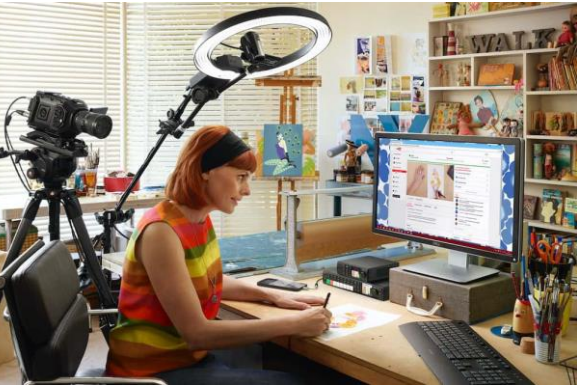
При подготовке и проведении мероприятий в библиотеке необходимо помнить, что существуют определенные требования, которые следует соблюдать, чтобы достичь поставленных целей.

- Мероприятие - не самоцель, а средство воспитания, т. е. оно должно создавать цельность настроения, вызывать переживания, направленные на формирование определенных установок.
- Следует стремиться к вовлечению в действие широкого круга участников, чтобы каждый мог быть активен, проявить свои знания, способности и дарования (идеальный вариант - когда все приглашенные могут принять участие).
- Мероприятие не должно быть перегружено и затянуто.
- При проведении мероприятий нельзя ориентироваться на уже достигнутый уровень развития участников (имеются в виду дети). Нужно предусматривать и перспективу развития (в педагогике - это уровень ближайшего развития ребенка). Вместе с тем нельзя ориентироваться и на завышенный уровень развития. Когда что-то слишком просто - это неинтересно, когда очень сложно - тоже неинтересно. Излишняя простота и излишняя сложность ведут к отсутствию внимания и интереса, а значит работа не будет иметь положительного результата.
- Мероприятие должно быть захватывающим, что зависит от формы подачи материала, активности участников. Чем красочнее и ярче подаваемый материал, тем сильнее будет его влияние.
- Мероприятие не должно быть «мероприятием» (не должно походить на школьный урок). Нужно активно применять игровые и занимательные формы, которые способствуют развитию творческой активности, интеллектуальных способностей.
- При подготовке массовых мероприятий нужно учитывать возрастные и психологические особенности участников.
- Каждое мероприятие, какие бы темы оно не затрагивало и в какой бы форме не проходило, подразумевает, в первую очередь, «рекламу» книги и чтения.

«БИБЛ-СТРИМ»

Стрим – трансляция действий, происходящих на компьютере или с веб-камеры. Позволяет участникам в реальном времени наблюдать за тем, что делает стример. По сути, это новая разновидность телевидения с обычными людьми в качестве ведущих. Соответственно, **книжный стрим** – это трансляция обсуждения книг и околоскнижных тем.

Как наглядный пример стриминга - человек идет с планшетом по городу и одновременно общается в скайпе. Вы видите видео в режиме реального времени. Соответственно, **стример** - человек, который делает стриминг (стрим).



Аналогичным образом можно передавать свой поток видео и с компьютера (рабочего стола). Это и есть стриминг видео (игр, роликов, трейлеров). Значит, **стриминг** – это потоковое вещание данных в режиме онлайн с помощью специальных утилит.

Пользователь транслирует все свои действия на определенный канал или сетевой ресурс, где за ним могут наблюдать другие люди. СтримиТЬ можно вообще все, что вам вздумается: от подготовки мероприятия, просветительских занятий до публичных форумов.

Стриминг должен удерживать возле экрана монитора. Ведущий должен уметь красиво всё делать и при этом комментировать все свои действия или рассказывать интересные моменты.



«BOOKSLAM»

Соревновательные формы привлекают активную молодежь, поэтому их часто используют в библиотечной практике. В последнее время становится популярной такая форма продвижения книги, как BookSlam.

BookSlam (Букслэм) (с англ.- «выталкивание, вытеснение») – своеобразное книжное соревнование. Эта форма была придумана доктором филологии Стефани Джентгенс. Суть ее заключается в том, что необходимо за определенное время представить лучшую рекламную кампанию по продвижению книги, возможно, с элементами музыкальной театрализации.

Этапы проведения:

Плюсы:

- необходимо прочитать книги перед их презентацией;
- форма подходит для организации мероприятий со школьниками и молодыми читателями, которым свойственно стремление соревноваться и оригинальность, незатертость мышления;
- если организовать видеосъемку, то выступления участников можно выкладывать на свои ресурсы с добавлением библиографического описания представленных книг.

Возможные трудности:

- книг, которые действительно заинтересуют участников, может не оказаться в фонде в достаточном количестве;
- необходима подготовка мероприятия: работа с читателями, подбор книг, репетиции.

5 в конце мероприятия все «книги-участники» выставляются на стеллаже

4 по сумме баллов определяется победитель

3 команды делают рекламу книге

2 выбираются сами книги

1 определяются условия соревнования



Успех BookSlam связан с интерактивностью, азартностью и захватывающим эффектом «книжных» гонок.

«ГЕОКЕШИНГ»

Это увлекательная игра, в которой присутствуют: путешествие, нахождение местоположения заданных объектов, поиск информации об объектах и ответов на вопросы.

Сегодня из «спортивного ориентирования» он превратился в обмен краеведческой информацией. Основная идея состоит в том, что одни игроки прячут тайники, с помощью GPS определяют их географические координаты и сообщают о них. Другие игроки используют эти координаты и свои GPS-устройства (портативные навигаторы, мобильные телефоны со встроенным GPS и другие мобильные устройства) для поиска тайников. Для более точного поиска тайников используются подсказки.

Геокешинг активно используют в образовании, а в библиотеках он превратился в библиокешинг.

выбирается
«клад»

то, что будет предметом поиска

это может быть поиск с помощью GPS-устройства по координатам, без устройства по карте, схеме, плану, по заданиям-подсказкам и др.

выбирается
способ
поиска

готовится
описание поиска
- задание

оно может быть отдано команде или размещено в библиотеке или в сети Интернет

задача соискателей - найти тайник и забрать «клад»

задание
передается
участникам

«КНИЖНЫЙ ВЫЗОВ или BOOKCHALLENGE»

Интересную форму работы по привлечению к чтению придумали сами читатели. Они бросают друг другу или самому себе «книжный вызов». Идею подхватили сетевые сообщества, книжные блогеры, сайты о книгах и рекламе. Для проведения челленджа от библиотеки не требуется ничего, кроме интересной темы и книг.

Чтобы провести такое соревнование среди читателей достаточно:



определится с тем, какие книги из фонда вы хотите задействовать;

задать разумные сроки выдачи и возврата книг;

попросить читателей рассказывать в соц. сетях о своём участии в состязании и предложить им «бросить вызов» друзьям.

Еженедельные встречи участников челленджа в библиотеке, например, для обсуждения прочитанных книг и интерактивная таблица лидеров сделают состязание ещё интереснее и азартнее. Дополнительной мотивацией для участников станут символический или ценный приз: звание «супер-читателя», книга, абонемент на платные занятия в библиотеке или специальный приз от партнеров.

Добавить разнообразия к базовой схеме проведения книжного челленджа помогут забавные и не слишком сложные для участников условия. Например, обязательное селфи с очередной книгой у таблицы лидеров в библиотеке или короткая рецензия на только что прочитанное произведение с указанием трёх друзей, которым бросается вызов.



КОНКУРС «ФАНФИКОВ»

Фанфик – это производный литературный текст, основанный на каком-либо оригинальном произведении, заимствующий идеи сюжета или образа персонажей. Фанфик может представлять собой продолжение, предысторию, пародию, кроссовер («переплетение нескольких произведений») и др.

Первые фанфики появились ещё в конце XVIII века, когда молодые девушки, увлечённые любовными романами, переписывали трагические концовки произведений и зачитывали их в узком семейном кругу. Позже идеей заимствования сюжетных линий и образов персонажей активно пользовались писатели-фантасты. Так, первые произведения Ника Перумова, Сергея Лукьяненко и многих других известных авторов тоже можно отнести к фанфикам.

Обычно фанфики создают фанаты ради развлечения, для того, чтобы история любимых героев не заканчивалась в момент окончания книги или кино, или для того, чтобы изменить некоторые сюжетные линии и истории персонажей.

По содержанию фанфики могут быть различными, написанными в любом литературном стиле. Ведь зачастую читателю интересно узнать, что происходило с героем до или после описываемых событий, а жанр фанфика как раз и позволяет создать свою версию.



«ХАКАТОН»

Хакатон - это соревнование команд на лучшее решение задачи, проблемы в любой отрасли или на создание лучшего продукта в поставленных условиях. Перед хакатоном проводят предварительные митапы (встречи участников с приглашенными спикерами, чтобы погрузить участников в проблематику хакатона), а также циклы обучения (образовательные мастер-классы, вебинары). Каждый участник становится разработчиком и вовлекается в генерацию идей и управление проектом.

На хакатоне участники работают в командах. Обычно в команде участвуют 5-6 человек. При регистрации необходимо заложить возможность регистрации участников в виде команд и предусмотреть регистрацию индивидуальных участников, которые хотят присоединиться к командам или имеют идеи, но у них нет команд.

Несколько важных вещей, чтобы точнее описать, что такое «хакатон»:

Нетворкинг

это площадка, где можно познакомиться с разносторонними специалистами; объединенными общей идеей

Сообщество

любой хакатон формирует сообщество увлеченных людей, что позволяет продолжать общаться даже после завершения хакатона

Процесс коллаборации

каждый участник имеет возможность узнать лучше специфику различных профессий, поработать со специалистами из других отраслей

Полученные знания

обычно тема хакатона — это что-то новое, с чем до сих пор не сталкивались участники, поэтому есть возможность быстро получить новые знания, которые пригодятся в дальнейшем

Шоу талантов

для участников хакатона — это возможность показать свои способности и презентовать свой талант на общее обозрение

Новые идеи

хакатон — это место для экспериментов, где реализуются совершенно новые идеи, которые до сих пор не озвучивались



***ЖЕЛАЕМ ТВОРЧЕСКИХ УСПЕХОВ
И КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ***