

УДК : 027.7:021.4]:316.472.4

Бараннік Світлана Сергіївна

бібліотекар 1 кат.

Бондаренко Вікторія Олександрівна

оператор ЕОМ

Наукова бібліотека

Харківський Національний Університет радіоелектроніки

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ІНІЦІАТИВИ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ ПРОМОЦІЇ

ЧИТАННЯ (ДОСВІД НБ ХНУРЕ)

Анотація: Просування читання та заохочення до відвідування бібліотеки у наш час відбувається за допомогою різних засобів: ведення сторінок в соцмережах, організація виставок, тематичних заходів, зустрічей людей, зацікавлених літературою та всебічне анонсування цих подій. У доповіді розглянута ця тема на прикладі досвіду Наукової бібліотеки ХНУРЕ.

Ключові слова: промоція, соціальні мережі, графічний контент, виставки, літературний клуб.

Створюючи соціокультурний простір, бібліотеки спонукають своїх відвідувачів до читання. Для чого використовуються різноманітні форми для промоції книжок. Паралельно це додає позитивного іміджу бібліотеці у цілому, репрезентуючи її. Реалізація програми промоції читання серед студентів бібліотек вишів завжди здійснюється із залученням традиційних та новітніх форм. Ці бібліотеки стають особливими просторами для молоді, які навчаються. І якщо вони не йдуть до бібліотеки, то ми маємо прийти до них, всіляко заохочуваючи їх до читання.

Напрямами діяльності бібліотеки для реалізації промоції читання є як традиційні: поповнення фонду, враховуючи читацькі інтереси та попит; інформаційно-бібліографічна діяльність; відкритий доступ до книжкового фонду; книжкові виставки та огляди нових надходжень; літературно-мистецькі заходи; створення комфортних умов для користувачів, – так і нові: буккросінг;

використання телекомунікаційних каналів, відкриття вільного студентського простору з елементами коворкінгу та змістовного дозвілля.

Однією з сучасних комунікацій є соціальні мережі. Активне використання соціальних мереж стає важливим сегментом у рекламуванні та представленні ресурсів та послуг бібліотеки. Вони стають майданчиками для спілкування та для сприяння читанню, так як тут можна надавати рекомендації, здійснювати відгуки й огляди, представляти новини.

Наукова бібліотека ХНУРЕ (далі –НБ ХНУРЕ) використовує соціальні мережі у різних аспектах. За результатами опитування серед студентів було обрано такі соцмережі Facebook та Instagram. НБ ХНУРЕ створила групу в соціальній мережі Facebook у травні 2018 року. Одним з напрямків роботи соцмереж є реклама фондів бібліотеки. У групі є кілька рубрик, які публікуються під різними хештегами. Хештеги дозволяють знаходити публікації за темами. Це слова в публікаціях, перед якими ставиться знак # (решітка). Якщо натиснути на хештег, відобразиться стрічка публікацій, які включають в себе даний хештег. У рубриці #Видання з фондурозміщується інформація про книги з фонду та дається посилання на каталог та анотацію книги. #Колекція рідкісних і цінних видань відповідно слугує для публікацій рідкісних видань фонду. Під хештегом "#Це цікаво" публікуються різні цікаві журнали університету, цікаві посилання і новини. Інформація про виставкову діяльність поширюється під хештегом #Виставка літератури ХНУРЕ. Регулярно подаються фото книг з тематичним оформленням та короткі текстові рецензії, що допоможуть читачеві вирішити, чи зацікавлений він у цих виданнях. Частіш за все книги для таких публікацій обираються згідно зі святами або пам'ятними датами, наприклад, ювілеїв письменників. Крім естетичної функції, такі фото слугують зв'язком з реальністю – користувач бачить не зображення обкладинок з інтернету, а реальні книги у реальному приміщенні бібліотеки, а цікаві тематичні деталі оформлення, наприклад, рушники, квіти та верба біля збірок української поезії, або чарівна паличка та

іграшкова сова поруч з книгами з серії «Гаррі Поттера» створюють відповідну атмосферу.



Рисунок 1 – Приклади тематичних фото

Для зацікавлення читачів проводяться тематичні заходи та виставки. Вчасно Для того, щоб користувачі були вчасно про них проінформовані, потрібне анонсування у соцмережах. Літературний клуб «Осяння», що існує на базі НБ ХНУРЕ, представлений у Facebook з 2016 року та у Telegram з 2018 року. Telegram-канал зручний перш за все при перегляді з мобільних пристроїв, а Facebook дає можливість робити окремі зустрічі, наприклад, для святкування дня народження клубу або творчих вечорів з письменниками.

Для промоції кожного заходу розробляється графічний контент – афіши та елементи оформлення сторінок у соцмережах, що створюються у графічному редакторі GIMP. Це безкоштовна програма вільного доступу, що надає можливість працювати з зображеннями та текстом. Крім того, що афіши публікуються у соцмережах як супровід до тексту, а також демонструються на плазмовому екрані у холі, друковані постери розповсюджуються в університеті. На афішах завжди є посилання на спільноти у соцмережах, для тих, хто захоче слідкувати за новинами бібліотеки онлайн. Таким чином можна зацікавити нових користувачів, які ще не підписані на відповідні сторінки у соцмережах. Для великих заходів розробляються також зменшені версії афіш у форматі

листівок, що зручно використовувати для запрошення гостей та можна лишити як сувенір на пам'ять. Приклади афіши та відповідної листівки-запрошення представлено на рисунку 2.



Рисунок 2 – Афіша та запрошення на захід

Для сприяння читанню бібліотеки часто беруть участь у міських та всеукраїнських молодіжних промоакціях. Наприклад, у флешмобі «Молодь читає – Слобожанщина розквітає», який проводився з нагоди Всеукраїнського дня бібліотек за підтримки обласної державної адміністрації. Акція була проведена з метою об'єднання молоді навколо ідеї культурного та інтелектуального розвитку регіону. Бібліотекарі разом зі студентами вишу із книжками у різних форматах створювали живі інсталяції на площадці біля Харківського академічного театру опери та балету (ХАТОБ) ім. М.В. Лисенка.

Восени цього року для рекламування виставки «Читай зі смаком» за проектом «Display-кросинг» Молодіжної секції Української бібліотечної асоціації (УБА) використовувалися усі можливі канали: пости на сторінках бібліотеки у соціальних мережах, презентації на плазмовій панелі у холі вишу, анонси та звіти на сайті, об'яви на інформаційних стендах бібліотеки. Звіти про перебіг акції надавалися у Facebook на сторінці проекту (<https://www.facebook.com/groups/displaycrossing>) та сторінках бібліотеки (Наукова бібліотека ХНУРЕ і літературний клуб «Осяяння»). Ця виставка у

нашій бібліотеці була представлена у 9-ти локаціях у різних відділах бібліотеки: «Зі смаком м'яти» (книги про інновації та нові технології); «Зі смаком калини» (українська література; «Зі смаком меду та імбиру» (класична література; «Зі смаком сакури» (вірші, поезія) та «Зі смаком кориці» (книги про чари, магію, жанр літератури фантастика, фентезі); «Зі смаком женьшеню» (книги про здоров'я); «Зі смаком тропічних фруктів» (книги про подорожі та географію); «Зі смаком кави» (книги у жанрі детектив, триллер).

Ідея отримала розвиток у ще одній експозиції - "Зі смаком горіху", для відображення нашої специфіки (як бібліотеки закладу вищої освіти), використовуючи ідею організаторів. На цій виставці була виставлена навчально-методична література наших викладачів. Концепт цієї виставки запропоновано директором нашої бібліотеки: «Горішок знань» твердий, але ці знання можна дістати, наполегливо навчаючись та використовуючи ті книжкові видання, що готують й у яких передають свої знання та дослідження, студентіві вишу педагогічні працівники. У локації було виставлено підручники, навчальні посібники та методичні вказівки викладачів нашого вишу. Використано формат експонування світлин та документів, – так звана «сушка», коли книжкові видання підвішені на шпагаті, натягнутому між стелажками (що імітує просушку світлин). Для підтримання оформлення виставки було використано й самі горіхи, й іграшки, і цукерки (звичайно, з горішками!), намальовано на бар'єрі видачі білку з відомого «Льодовикового періоду» та математичні формули.

Відвідавши ці експозиції, користувачі бібліотеки були зацікавлені не тільки наявністю величезної кількості різних видів літератури, а ще і художнім оформленням експозицій, творчим підходом співробітників до такого звичайного, здавалось би, виду соціокультурної діяльності як наочна виставка. Одночасно у відділах проводилось опитування користувачів щодо "смакових" експозицій, отримані відповіді було проаналізовано з метою подальшого покращання обслуговування з врахуванням бажань і запитів читачів бібліотеки.

Крім тематичних виставок, було проведено два заходи. Тему «Читай зі смаком сакури» реалізували на засіданні літературного клубу, – крім експозиції японської літератури та візуального оформлення приміщення, відбулось читання східної поезії, а також зустріч з музичним дуетом «Арника», які представили власну творчість та володіння новітніми та етнічними інструментами – хангом, флейтами сякухачі, бансурі, дізі, вістлу. Такий формат заходу зібрав поціновувачів східної літератури, музики, та зацікавив нових гостей бібліотеки. Тема «Читай зі смаком кориці» була подана у інший спосіб – у форматі інтерактивної лекції. Подорож у світ фентезі, яке експонувалось у цей час у відділі художньої літератури, стала уроком магозоології – мультимедійною лекцією за всесвітом «Гаррі Поттера». Крім суто лекційної частини гостям були запропоновані творчі тематичні завдання, що викликали інтерес та живу дискусію. Цей урок було проведено під гаслом “Канікули у бібліотеці”, і у перспективі є проводити такі “уроки” за різною тематикою на шкільних канікулах з метою не тільки зробити вільний час школярів більш цікавим та насиченим, а ще і з метою пропагування ХНУРЕ у колі майбутніх абітурієнтів.

Рекламі художніх та поетичних творів присвячує свою діяльність і літературний клуб «Осяяння», який ставить на меті зацікавити певну цільову аудиторію та розповсюджувати читання.

Одні з нових форм, які використовуємо на засіданнях літклубу: кінопокази та читання вголос. Кінопокази екранізацій літературних творів або біографічних стрічок є гарним способом переосмислити прочитане, або зацікавитись чимось новим. Такі заходи завжди збирають широку аудиторію та викликають живі дискусії. Дізнаючись про подію у соцмережах або через друковані постери, багато нових гостей літературного клубу та бібліотеки вперше приходили саме на кінопокази, адже цей формат заходу дозволяє бути просто глядачем, а не активним учасником подій, якщо відвідувач ще до цього не готовий у свій перший візит. Минулого року було показано фільми “Чарівні чудові” з дискусією про репрезентацію книги у кіно та “Зайчик” з лекцією про

творчість актора і режисера Леоніда Бикова до Дня народження митця. Обидві кінокартини супроводжувались дискусіями про місце Людини у світі, її особисту соціальну адаптацію, незмінність життєвих цінностей у плині часу.



Рисунок 3 – Афіши кінопоказів

Для тих, хто навпаки любить приймати активну участь у творчому процесі, одним з найцікавіших форматів заходів клубу стають читання драматичних творів. За два з половиною роки, що проходять ці заходи, відвідувачі приміряли на себе ролі персонажів з фантастичної, історичної, абсурдної драматургії, знайомились з новими гранями творчості відомих авторів та відкривали для себе нові імена у літературі. Один з заходів вела куратор проекту DRAMA.pro.ЧИТАННЯ Олена Міллер.

Цього року “Осяяння” продовжує практикувати авторські взаємочитання, на яких можна почути власні твори у іншій інтерпретації, осмислити повному твори колег, проаналізувати та обговорити прочитане. Така практика дружньої критики виявилась досить продуктивною як поштовх до реалізації нових ідей і сюжетів, а самі читання розглядаються як можливість покращити рівень декламації, вміння адаптуватися до будь-якого тексту або нестандартної ситуації.

Напевно, найтрадиційніший формат заходів для бібліотеки – це зустріч з письменниками. Завдяки промоції у соцмережах та офлайн ці події збирають

більше зацікавленої аудиторії. Це може бути презентація нової книги, інтерактивне спілкування з читачами, або авторське читання власних творів. Ці заходи збирають поціновувачів творчості автора і знайомлять з нею нових читачів. У гостях бібліотеки і літературного клубу бувають поети, культурологи, перекладачі, члени Спілки письменників України.

Мультимедійні інтерактивні лекції, що згадувались як захід проекту «Читай зі смаком» регулярно проводяться у бібліотеці. Широка варіативність тем допомагає залучити якомога більше відвідувачів з різними інтересами. Наприклад, лекція про марсіанську тему в літературі до Дня Космонавтики з аудіо та відео-супроводом, вікториною та читанням оповідань, зібрала шанувальників теми космосу та наукової фантастики. Лекція «Шлях художника», присвячена творчості Тараса Григоровича Шевченка, познайомила відвідувачів з живописними та графічними досягненнями славетного поета.

У наш час стрімкого розвитку технологій, бібліотека має використовувати якомога більше засобів для зацікавлення читачів. На сьогодні рекламно-промоційна діяльність бібліотеки – основна стратегія її діяльності. Перед бібліотеками зараз вибір стоїть не в тому, чи використовувати промоційні ініціативи рекламування книги чи ні, а в тому, як найкраще це робити, щоб змотивувати на читання.

Робота бібліотеки по проведенню заходів різних культурних напрямків, а також розповсюдження інформації про майбутні події та події, які вже відбулися, на сайтах та у соціальних мережах сприяє появі нових відвідувачів, підтримання інтересу серед давніх читачів та поширенню ідеї, що сучасна бібліотека може бути місцем отримання нових знань, відпочинку і культурного розвитку одночасно.