

**МБУК «Центральная библиотека Ровеньского района»  
Методико–библиографический отдел**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ИННОВАЦИОННЫМ ФОРМАМ РАБОТЫ  
С МОЛОДЁЖЬЮ  
ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ  
МУНИЦИПАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕК  
РОВЕНЬСКОГО РАЙОНА**

**Ровеньки, 2019**

**Ответственный за выпуск: Н.П. Полтавцева**

**Составитель: Е.А. Левченко**

**Р 36 методические рекомендации по инновационным  
формам работы с молодёжью для специалистов  
муниципальных библиотек Ровеньского района  
методические рекомендации / МБУК «ЦБ Ров. района»;  
сост. Е.А. Левченко. – Ровеньки, 2019. – 19с.**

**© МБУК «Центральная библиотека Ровеньского района»**

## **Инновационные формы массовой работы в библиотеке**

Современный этап развития культурно-досуговой деятельности библиотек характеризуется большим простором для творчества. Библиотекари в своей работе используют мультимедийные технологии, web-дизайн, Интернет. Можно говорить о возрождении массовой работы в новом ракурсе, о свежей, инновационной струе в этой работе, но в сочетании с уже проверенными временем традициями.

Новые информационные технологии стремительно вошли в библиотечную деятельность, сделали библиотеки более привлекательными для "цифрового" поколения пользователей, вывели библиотечно-информационную деятельность на качественно иной, более продуктивный, чем прежний уровень. Но миссия библиотеки - привлечение населения к чтению, при этом не изменилась, а лишь приобрела новую глубину и содержание, получила новый потенциал.

Повышению качества обслуживания способствует освоение новых форм массовой работы: флэшмоб, квест, буккроссинг и др.

Сегодня в работе с читателями невозможно обойтись без информационно-коммуникационных технологий, которые открывают принципиально новые возможности для совершенствования библиотечной деятельности.

Организация и проведение различных мероприятий с использованием технических средств, таких как: телемосты, виртуальные конференции, круглые столы, литературные гостиные с электронными презентациями, библиотечные проекты - все это способствует формированию образа библиотеки как современного культурного и информационного центра.

Мультимедийные ресурсы используются практически

во всех направлениях деятельности, и без них не должно обходиться ни одно крупное библиотечное мероприятие. Показ на большом экране видеофильмов, слайдов, фотографий, иллюстраций, электронных изданий делают встречу с книгой более эффективной. Конечно, подготовка к мероприятию с использованием мультимедиа требует много времени - необходима предварительная подготовка текстовой информации, фотографий, иллюстраций, звуковых комментариев, видеосюжетов, анимации, но результат оправдывает все затраты.

Такая форма преподнесения информации вызывает большой интерес у самых разных людей, усиливает характер ее психологического восприятия, глубину усвоения материала.

Демонстрация возможностей мультимедиа на библиотечных мероприятиях стимулирует и людей старшего поколения к освоению компьютерной техники.

### **Флешмоб.**

Библиотеки выходят на улицы! Точнее - "в народ". В последние несколько лет в зарубежных странах и у нас приобрел популярность флешмоб. Флешмоб в дословном переводе с английского - "вспышка толпы" или мгновенная толпа (flash - вспышка, mob - толпа) - это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (мобберы) внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия (сценарий), и затем одновременно быстро расходится в разные стороны.

Составитель, верстка и дизайн: Е.А. Левченко – методист по работе с молодёжью МБОУ МБУК ЦБ;  
Ответственный за выпуск: Н.П. Полтавцева – директор МБУК ЦБ.

Подписано в печать: 04.02.2019  
Тираж 22 экз.

---

Адрес библиотеки:  
309740 Белгородская область  
поселок Ровеньки  
улица Ленина  
дом 61  
телефон:  
директор: 8(47-238) 5-71-42  
отдел обслуживания: 8(47-238) 5-52-41

e-mail: [rovbiblioteka@yandex.ru](mailto:rovbiblioteka@yandex.ru)  
сайт: <http://rovbiblioteka.narod.ru>  
ВК: <https://vk.com/rovenskaya.biblioteka>  
Ок: <https://ok.ru/rovenskaya.biblioteka>

увиденное и услышанное человек запоминает на 50-60%, а то, в чем он принимал участие - на 90 %.

Сейчас в библиотечной среде идет смещение интереса в сторону нестандартных форм проведения мероприятий, нестандартных сценариев взаимодействия с пользователем. Но нельзя рассматривать формат проводимых акций в отрыве от задач, которые призвана решать библиотека. Нельзя проводить чисто развлекательные игры и конкурсы, забывая о своей миссии - продвигать и популяризовать книгу и чтение.



За короткое время флешмобы завоевали прочное место в арсенале инновационных форм работы библиотекарей. Библиотека таким способом пытается привлечь к себе внимание и показать свою готовность следовать модным веяниям сегодняшней общественной жизни. Кроме того, библиотекари надеются с помощью флешмоба пополнить ряды своих пользователей. А для участников флешмоба - это прекрасная возможность выйти за рамки обыденности, расслабиться, совершив незначительные "глупости", познакомиться с новыми интересными людьми, объединиться, сделать что-то. В каждом населенном пункте бывают различные праздники и другие мероприятия, которые собирают большое количество народа, где можно попробовать провести флешмоб.

### **Квест.**

В переводе с английского языка quest означает "поиск предметов, приключений". Слово пришло из средневековой литературы, где оно обозначало "трудное и долгое путешествие главного героя, преодолевающего множество препятствий". Юным читателям это понятие знакомо по

многочисленным компьютерным ролевым играм. Командная работа в процессе игры в квест в реальности дает детям гораздо больше: помогает развить такие качества как взаимовыручка, умение работать в коллективе, принимать коллегиальные решения.

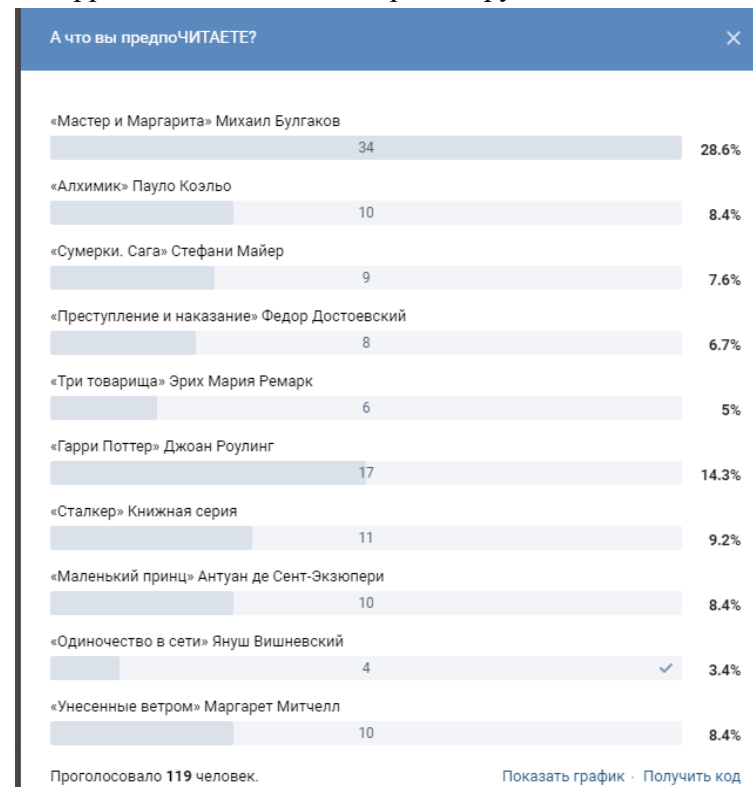
Литературный квест - это активная форма массовой работы, в основе которой игра-поиск. Маршрут его связан с сюжетом определенных книг и их героев. Он включает этапы с заданиями и места, где участники получают инструкции для дальнейшего движения. Если квест проводится внутри библиотеки, это могут быть разные отделы, помещения или заранее подготовленные зоны.

В случае если игра выходит за пределы учреждения, маршрут может проходить через памятные места, архитектурные объекты, скверы, парки. Часто используют элементы театрализации, ролевые игры, творческие задания. Участники решают логические задачи, ребусы, учатся работать с информационными ресурсами, литературой, справочниками и каталогами.



На интеллектуальных этапах квеста игроки имеют возможность больше узнать о произведении, взятом за основу, об авторе, вспомнить отдельные эпизоды

и особенно молодежи. Читатели не только должны быть включены в действие эмоционально, как в классических библиотечных формах массовой работы, но и непосредственно участвовать в действии, внося в него те или иные коррективы, активно импровизируя.



Если рассматривать продвижение книги к читателю как некую маркетинговую задачу, использовать в разработке стратегии современные механизмы пиара, то выбор именно интерактивных форм работы окажется в приоритете. Эффективность любого мероприятия в большей степени зависит от креативного решения. Хороший креатив будет хорошо работать в любом формате, будь то гостиная, викторина или акция. Но все же, интерактивные, диалоговые формы более действенны, и объясняется это просто -

мировым культурным ценностям.

### **Конкурс "Читательские рекорды".**

Этот конкурс призван способствовать активизации чтения. Победители определяются по номинациям:

"Верный друг" (читатель с самым большим читательским стажем);

"Библиомарафонец" (тот, кто посетил библиотеку в течение определенного периода времени самое большое количество раз);

"Почитатель книги" (читатель, прочитавший самое большое количество книг);

"Литературный гурман" (самый разборчивый, читающий лучшую литературу);

"Премьер-читатель" (читающий только новинки);

"Вечный двигатель" (самый активный участник библиотечных клубов и мероприятий);

"Щедрый даритель" (подаривший библиотеке самое большое количество книг);

"Чудо в книгах" (читатель, удививший библиотекарей) и др.

Перечисленные новые формы продвижения книги позволяют позиционировать чтение как неотъемлемую составляющую образа жизни современного человека, необходимую для успешной образовательной, профессиональной и творческой деятельности. Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа, театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах местного сообщества

повествования и детали. А активные этапы игры принесут участникам приключения массу положительных эмоций.

Работа подготовки игры начинается с разработки концепции приключения. Для этого собирается весь коллектив библиотеки, чтобы каждый мог поделиться своими идеями. Именно на данном этапе - при создании рабочей группы - определяется, кто именно отвечает за тот или иной участок маршрута. А уже они придумывают конкурсы, викторины и задания, подбирают логические головоломки и ребусы, определяют стиль костюмов, проводят отбор тематической литературы, в которой будут содержаться подсказки для игроков. При необходимости подбирается музыкальное или видео сопровождение.

Чаще всего концепция квеста связана с жанром и заголовком книги, по которой разрабатывается сценарий мероприятия.

Для создания увлекательной, захватывающей игры необходимо разработать положение, определить цели и задачи. В правилах важно четко определить требования к командам: возраст, количество участников, а также критерии отбора победителей (быстрота, верное выполнение всех заданий, прохождение командных испытаний, алгоритм подсчета баллов и пр.). В случае если в игре предполагается несколько лидеров, необходимо решить, в каких номинациях будет проходить награждение. Также нужно оговорить правила выполнения "штрафных" заданий, дополнительных вариантов повторного прохождения этапа, если первая попытка оказалась неудачной. В целом правила должны быть предельно простыми и понятными.

Учитывая все эти условия, можно приступать непосредственно к подготовке заданий. Они могут быть: интеллектуальные (вопросы на знание текста, кроссворды, головоломки, расшифровка закодированных посланий);

ориентировочные (пройти по указанному отрезку пути, найти предмет или место по карте);  
технические (собрать какую-либо конструкцию или активировать некий объект);  
спортивные (добежать, проползти и пр.);  
творческие (нарисовать, сочинить, спеть, станцевать и т.д.).

Необходимо определить, какие подсказки получат игроки. Нужно решить, будет ли их давать персонаж-модератор, можно ли их собрать аналогично тому, как это происходит в компьютерных играх, либо их предоставят за выполнение дополнительного задания.

Следующим шагом становится оформление рекламных материалов и поиск аудитории. Даже такое интересное и яркое мероприятие, как библиотечный квест, нуждается в продвижении. Подготавливая его, библиотекари в большинстве случаев уже знают, кого они пригласят для участия. Здесь есть несколько вариантов. В квесте может участвовать организованная группа (студенческая, школьный класс, пришкольный лагерь). Число участников не должно превышать 30 человек. Команды также могут состоять из читателей, в этом случае игра проводится по записи, сообразно набору желающих. Предварительно в библиотеке вывешивается афиша мероприятия. Заключительный этап квеста - подведение итогов и награждение победителей.

### **Квест-ориентирование "С книгой по улицам города".**

Это познавательная командная игра для молодежи. На старте в библиотеке участники получают карты-маршруты с местами контрольных пунктов. По условиям игры команда должна сориентироваться по карте, пройти все контрольные пункты и ответить на вопросы по определенной книге. Кроме правильных ответов учитывается время прохождения

Программы проведения Библионочи разнообразны: от развлекательных до познавательных. Приветствуются оригинальные форматы и жанры. Формы работы, используемые в акции, могут быть самые разные - от традиционных библиотечных (выставка, обзор и т.п.) до инновационных (квест-игра, флешмоб, экзотические настольные игры и т.п.). Важно также, чтобы традиционные библиотечные формы работы были поданы по-особенному.



Практика проведения Библионочи показывает, что сегодня в обществе существует большой спрос на новые формы проведения интеллектуального досуга. У библиотек еще остается ресурс для привлечения новых пользователей. Цель Библионочи заключается в стремлении показать, что библиотека - это не только мест, где можно брать книги, но еще и культурный, информационный, коммуникативный центр для развития личности. Для этого публичная библиотека должна стать открытой полифункциональной площадкой, на которой с успехом будут проводиться подобные социо-культурные акции в поддержку чтения, непрерывного образования, приобщения к национальным и



акция позволяет показать, как в пространстве, наполненном книгами, можно интересно проводить время, работать и встречаться, читать и учиться. Впервые акция "Библиночь" была инициирована и проведена в 2012 году московской Библиотекой-читальней им. И.Тургенева.



Акция проводится в вечернее и (или) ночное время (до полуночи). Организуется в стенах библиотеки и частично на территории, прилегающей к библиотеке. Ключевое направление акции - популяризация книги, поиск новых форм ее продвижения.

Библиотеки в партнерстве с музеями, Домами культуры, книжными магазинами, общественными организациями представляют весь спектр своих возможностей в новом ракурсе.

К участию в акции обязательно привлекаются творческие люди и коллективы города (района). Таким образом, мероприятие приобретает общественное значение. Для оповещения нужно развернуть рекламную кампанию с использованием афиш, флайеров, местных газет, сайта библиотеки и страниц в соц.сетях.

маршрута. Точки на карте - это своеобразные загадки, которые нужно сначала отгадать. В игре предусмотрены также задания: провести мини-опрос на улицах города (поселка) "Моя любимая книга", записать ответы на обратной стороне карты; раздать флаеры с рекламой библиотек на улицах; сделать фото отчет, презентацию или видеоролик об игре.

### **Рекламная акция "Книжное конфетти".**

Может стать частью любого мероприятия. На столах в библиотеке рассыпаны конфеты, шоколадки, к которым прикрепляются фантики с цветными рекламками книг и журналов для молодежи, отзывами о прочитанных книгах, слоганами с приглашением к чтению, адресом библиотеки. Конфеты с рекламой участники акции уносят с собой, чтобы предложить своим друзьям и знакомым "отведать сладкий вкус книги и чтения".



Сейчас все больше распространяется точка зрения, что книга должна выйти навстречу тем людям, которые никогда в

жизни не открывали дверь библиотеки или книжного магазина. В разных городах возникают "уличные" и "парковые" библиотеки, где можно читать, просматривать газеты и журналы, рисовать. "Библиотека без стен и без границ" является своеобразным мостиком в большую библиотеку.

### **Летний читальный зал.**

Хорошо зарекомендовали себя проекты библиотек по организации летних читальных залов, расположенных в удобных людных местах или рядом с библиотекой, которые легко можно собрать, используя мобильные стеллажи и пластиковую мебель. Такие читальные залы могут работать по определенным дням недели и, конечно, в праздничные дни, когда наплыв жителей ожидается наибольшим.



Задача библиотеки - создать зону обслуживания, где любой человек может стать читателем без правил и условностей; представить богатство и разнообразие книжно-журнального фонда; изменить в сознании жителей стереотипное восприятие библиотеки; привлечь новых

читателей в стены библиотеки.

Во время работы "летнего читального зала" под открытым небом посетителям раздаются флаеры-приглашения с указанием адреса и телефонов библиотеки; различные закладки-памятки для детей и родителей на тему чтения, буклеты с информацией о новинках литературы. В импровизированный читальный зал сотрудники библиотеки приглашают прохожих плакатами "Не проходите мимо!", "отдохните у нас, почитайте новые журналы и газеты!", "Познакомьтесь с книжными новинками!".

Летний читальный зал можно назвать так: "Библиотека под зонтиком", "Книжный сад: открытое пространство для чтения", "Читающий бульвар", "Книжный шатер".

Летний читальный зал может стать для жителей местом интеллектуально-развлекательного отдыха, где можно не только почитать книги и журналы в комфортных условиях на свежем воздухе, но и пройти тест на скорость чтения, нарисовать любимого персонажа, номинировать любимую книгу на звание "Книжная симпатия", собрать пазлы, придумать рекламный слоган, сфотографироваться на память с книгой.

Внимание прохожих можно привлечь стендом "Лица читающей национальности", на котором разместить фотографии самых активных читателей библиотеки и информацию об их любимых книгах.

Площадку библиотеки под открытым небом можно ярко оформить макетами обложек книг под рубрикой "Литературные имена нового века" и иллюстрациями к художественным произведениям, выполненными читателями.

### **Библионочь.**

В библиотеках традиционным стало ежегодное проведение акции "Библионочь", во время которой библиотеки расширяют время и формат своей работы. Эта