

"Бібліотеки та інформаційні ресурси у сучасному світі науки, культури, освіти і бізнесу". Які питання хвилюють сьогодні українських бібліотекарів? Які нагальні проблеми у бібліотечній спільноті? Над чим працюють фахівці книгозбірень? Як вирішуються окремі проблеми в окремих бібліотеках? Які здобутки можна предствити світовій бібліотечній спільноті? Інформацію про це та багато іншого вміщено у виданні **"Бібліотеки України в Криму-2006: 36. доповідей і виступів науковців і фахівців України на Міжнародній наук.-практ.**

конф. "Крим-2006", червень, 2006 р., м. Судак, АРК" (уклад. С. Басенко. – К., 2006. – 195 с.).

У збірнику, зокрема, висвітлюються особливості діяльності інформаційних закладів, бібліотечного обслуговування, забезпечення доступу громадян до інформації, розвиток сучасних інформаційних технологій, проблеми фахового забезпечення тощо.

АКТИВНІ ФОРМИ РОБОТИ З ЧИТАЧАМИ

В останні роки фахівці бібліотечної справи відчули необхідність у певній модернізації форм спілкування з юнацькою аудиторією і почали приділяти особливу увагу оновленню методичних підходів до роботи з популяризації творів друку, урізноманітнюючи її.

Акцент зробили на новизні у назві заходу, методиці його проведення, привнесенні елементів театралізації, ігрових моментів при поданні інформації, на активній участі читачів у заході і т. ін. І вже перші результати підтвердили доцільність роботи саме в цьому напрямі.

Як виявилось, прагнення бібліотекарів співпадають з бажаннями читачів, які хочуть спілкуватися, реалізовувати свої особисті інтелектуальні якості, збагачуватися новою інформацією в динамічній інтерактивній формі. Тобто фахівці, готуючи ці заходи, мають підходити до їхньої організації неформально: вивчати читачькі інтереси та літературні уподобання, шукати цікаві теми, не обмежуватися лише навчальними програмами або відомими авторами та їхніми творами, „трафаретами” розроблених літературних конкурсів, а спонукати юнацтво до різноманірного читання, творчого мислення.

Пропонуємо декілька заходів, які могли б урізноманітнити роботу з користувачами.

Міні-конкурс „Хто автор?” (доцільно проводити з невеликими групами читачів на абонементі). Поряд із декількома портретами відомих письменників наклеїти кишеньки і вкласти туди в різнобійні картки з їхніми прізвищами та назвами творів. Читачі по черзі повинні витягати ці картки, називати авторів і правильно вибрати написані ними книги. Журі оцінює знання кожного учасника і час, витрачений на виконання завдання. По завершенні конкурсу оголошуються імена переможців.

Літературно-географічна гра „Де і з ким це відбулося?”. На карті необхідно позначити місця, де проходили ті чи інші події, описані в книгах, копії титульних сторінок яких розміщено поряд. Учасникам гри за жеребом потрібно вибрати певну позначену точку на карті і підібрати до неї правильні „титульні” сторінки, а потім пояснити свій вибір.

Поетичний конкурс „Віднови вірш”. Рядки різних невеличких віршів відомих українських поетів, наприклад із шкільної програми, написати на окремих смужках і покласти в конверти. Учасники заходу мусять їх скласти в правильний текст, а журі – оцінити їхні знання. Цей конкурс можна ускладнити, якщо до конверта покласти рядки з двох віршів або запропонувати його шанувальникам поезії певного автора. Захід розраховано на 2-3 учасників.

„Концерт-ромашка”. На пелюстках великої паперової ромашки написати жартівливі завдання: скласти частівку про „поганого” користувача, веселе оповідання про бібліотеку, виконати пантоміму, яка відобразить якийсь момент спілкування двох читачів тощо.

Літературна головоломка „Розпізнайте, хто я?”. Один із учасників вибирає відомий літературний персонаж (коло героїв творів можна заздалегідь скоротити, обравши один жанр: детектив, казку, драматургію), а інші задають йому всілякі запитання, намагаючись визначитись, хто він такий. „Герой” на всі запитання повинен відповідати однозначно: „так”, „ні”, „приблизно”, „холодно”, „гаряче” тощо. Перемагає той із учасників,

хто першим вгадає персонажа.

Літературна

подорож „Невідомими стежками”. Для проведення заходу необхідно намалювати велику карту подорожі з кружків різного кольору, яким позначено запитання з тієї чи іншої галузі знання або інше завдання. Наприклад, червоним кольором буде позначено запитання з української літератури, жовтим – зі світової, зеленим – географії, синім – історії, білим – фольклору, чорним – пропуск ходу. Також потрібно зробити побільше кубиків з цифрами, яким буде визначатися „швидкість” просування по маршруту. Серед читачів слід підібрати 3-4 різносторонньо підготовлених учасників для двох команд (у крайньому разі – двох гравців-універсалів). Команди кидають кубик по черзі. Якщо відповідь невірна, команда (гравець) повертається на попередню позицію або пропускає наступний хід. Один із членів журі прапорцями або фішками помічає місцезнаходження команд на карті. Переможцем стає команда, яка перша дістається кінцевого пункту подорожі.

„Літературний колаж”. У період підготовки заходу доцільно розробити анкету, яка допоможе виявити найбільш популярних серед користувачів авторів вітчизняної і зарубіжної літератури, улюблену тематику, героїв книг, уміння аналізувати і робити висновки з прочитаного. У програму літературного колажу можна включити бібліографічний огляд, використавши прийом „живих анотацій”. Суть його полягає в тому, що герой книги сам представляє себе. Для цього читачі, які мають акторські здібності, хорошу дикцію, заздалегідь готують розповіді про героя від першої особи, деякі атрибути його одягу.

Одним із компонентів літературного колажу може бути експрес-інформація. Важливим моментом є те, що бібліотекарі повинні не тільки інформувати про невідомі або маловідомі цікаві факти з біографії вітчизняних і зарубіжних письменників, а й пропонувати всім присутнім доповнити розповідь своєю інформацією.

Літературний колаж може завершитися конкурсом на краще складання оповідання. Для проведення конкурсу заздалегідь розробляються його умови, читачів знайомлять з домашніми завданнями, пропонують їм спробувати себе у ролі письменника, написати і проілюструвати свій твір. Переможців конкурсу визначає журі.

„Аукціон книги”. Вже сама назва заходу є своєрідною рекламою для читачів. Аукціон – означає продаж з торгів, де товар купується за найвищу із запропонованих ціну. Цей захід доречно проводити з метою презентації нових надходжень до бібліотеки та підвищення попиту на них. Вибираються 5-7 книг-„лотів”, що на даний період є бестселерами або користуються попитом серед різних груп читачів: школярів, студентів, шанувальників детективів, пригодницьких романів, „фентезі” тощо. На аукціоні найвища ціна визначається активністю користувачів та їхніми правильними відповідями. За цими ознаками ведучий заходу і його помічники з читачького активу встановлюють „покупця” певної книги, який одержує першочергове право на її читання.

Використання характерної атрибутики – гонга, молотка, які матимуть учасники „торгів”, – допоможе створити атмосферу азарту і справжнього аукціону.