

8. Suster M. Social Networking: The Past [Електронний ресурс] / М. Suster // TechCrunch. — Режим доступу: <http://techcrunch.com/2010/12/03/social-networking-past>. — Назва з екрана.

Надійшла до редколегії 07.04.2014 р.

УДК 028:007:304

Н. Г. ГРАБАР

КОНКУРСНІ ПРОГРАМИ ЯК ЗАСІБ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

Розглядається творча діяльність фахівців бібліотек під час організації різноманітних конкурсних програм, зокрема те, як концентрація уваги на розвитку творчого потенціалу сприяє посиленню реклами бібліотеки у ВНЗ.

Ключові слова: бібліотека ВНЗ, креативність, бібліотекар, конкурси, реклама.

Рассматривается творческая деятельность специалистов библиотек при организации различных конкурсных программ, в частности то, как концентрация внимания на развитии творческого потенциала способствует усилению рекламы библиотеки в вузе.

Ключевые слова: библиотека вуза, креативность, библиотекарь, конкурсы, реклама.

Discusses the creative activity of library specialists in organization of different grant programs, in particular, the focus on the development of creativity helps to enhance the advertising of libraries at the university.

Key words: University library, creativity, librarian, contests, advertising.

Нині відомо, що без певного інформування про власну діяльність, свої послуги та їх переваги бібліотека не може набути прихильності громадськості. Бібліотеки постають системоутворюючими компонентами соціально-культурної інфраструктури, формуючи особливе культурне й інформаційно-комунікаційне середовище. Ставлення до бібліотекаря як постачальника документів є пережитком минулого. Інформувати і зацікавлювати — завдання, які, на нашу думку, є пріоритетом для рекламування бібліотеки. Відтак, повинен змінюватися і рівень професіоналізму бібліотекаря.

Мета статті — розкрити зміст творчої праці бібліотекаря ВНЗ зі студентською молоддю під час організації, проведення та рекламування конкурсних програм, що потребує вирішення таких завдань:

- з'ясувати рівень використання конкурсних програм у бібліотеках;
- проаналізувати стан проведення конкурсів у бібліотеках Росії й України;
- визначити ознаки креативності бібліотекарями у розробленні конкурсних програм.

Усі типи конкурсів Г. Макаренко подала в схемі, яка свідчить, що в бібліотекознавстві відбуваються 3 типи конкурсів: бібліотечні (серед біб-

ліотекарів); читацькі (серед читачів); партнерські (серед попечителів, меценатів, партнерських організацій).

Дослідниця вважає, що конкурсів для читачів бібліотекарі стали проводити забагато. Цей напрям роботи з читачами розвивається активно і робитиметься у зв'язку з тим, що нині бібліотечна спільнота приділяє йому особливу увагу [5, с. 5–7].

Популярною формою організації розвиваючого дозвілля С. Афанасьєв [1] називає конкурсні програми. Це змагання в будь-якому виді людської діяльності, практично кожен із яких може стати основою конкурсу. Конкурсні програми є дієвим стимулом для розвитку людини, вдосконалення її навичок. Саме в цьому й полягає головний комунікативно-педагогічний зміст конкурсних програм: розвиватися можна, тільки порівнюючи себе з оточуючими, а конкурси і є моментом змагання.

Відповідно до вищезазначених завдань, слід розглянути конкурси серед читачів, особливо студентської молоді. До цієї ігрової форми масової роботи, як вважає практик [6], бібліотекарі вже звикли, а читачі із задоволенням беруть у них участь. Для бібліотекарів конкурс є ще одним способом спостереження за читачами, їхніми читацькими інтересами, інтелектуальним зростанням; це налагодження жвавого зацікавленого діалогу між бібліотекарем і читачем [там само, с. 25].

Мета конкурсів ВНЗ — виявлення та підтримка талановитої молоді, розвиток їхніх комунікативних навичок, самовдосконалення та самоорганізація. Організація конкурсних програм — процес багатоплановий, у якому передбачаються численні деталі, проблеми, питання. При цьому всі конкретні програми, від невеликих, спрямованих на одну студентську групу до грандіозних, які охоплюють увесь освітній заклад протягом місяця, двох тощо, активізують дедалі більше людей, структур ВНЗ. Бібліотека передбачає конкурсні проекти, узгоджуючи їх із загальним координаційним планом виховної роботи навчального закладу. Лише діючи системно і комплексно, всі структури ВНЗ і підрозділи бібліотеки допомагають молодій людині у формуванні світогляду, творчості, духовності [2, с. 16].

Конкурсні програми дозволяють студентській молоді:

- формувати адекватну самооцінку;
- розвивати вольові якості;
- виховувати естетичний смак;
- самовизначитися із захопленням і професією.

Проводячи соціологічне дослідження, Г. Павлинова зазначає, що ігрові та конкурсні форми актуальні й часто в освітніх бібліотеках є пріоритетними. Добре продумана й організована гра стає надзвичайно серйозною і відповідальною справою, долучає молодь, робить відвідування бібліотеки цікавим і бажаним, розширює комунікаційний аспект на рівні взаємодії з необхідними структурами [8, с. 53].

Аналізуючи думку українських і російських фахівців та практиків щодо проведення конкурсних програм, можна констатувати, що конкурси стали проводити дедалі більше й частіше всі бібліотеки без винятку. Деякі з них відбуваються за підтримки державних установ, меценатів, спонсорських організацій.

Щодо публікацій у фахових виданнях України зазначимо, що, починаючи з 2007 р. з метою заохочення до систематичного читання, забезпечення доступу підростаючого покоління до найкращих надбань українського та світового книговидання, привернення уваги громадськості, державних установ, фондів було оголошено Всеукраїнський конкурс «Найкращий читач року 200...» Активну участь у його проведенні переважно беруть дитячі, шкільні бібліотеки. Відбуваються також регіональні конкурси до Дня української писемності та мови, поетичні «Проби пера», заходи до всеукраїнського тижня дитячої та юнацької книг тощо [3, с. 26].

Чим корисні такі конкурси читачам і бібліотекарям? Для читачів — це ще одна можливість повернути в себе і свої сили, розширити коло читання й інтересів, навчитися спілкуватися, налагоджувати стосунки з однолітками, знаходити нових друзів, добре говорити, зрозуміло та чітко висловлювати свої думки, ділитися враженням про прочитане, отримувати позитивні емоції, радіти не тільки за себе, а й за своїх друзів [6, с. 26].

Отже, пробудження та розвиток інтересу до читання, бібліотек — мета різноманітних всеукраїнських конкурсів, які відтепер проводяться щорічно.

У бібліотеках ВНЗ конкурси на кшталт: «Кращий читач року...» відбуваються в межах освітнього закладу. Їх організують для того, щоб привернути увагу до студентів, котрі багато читають і систематично відвідують бібліотеку, зацікавлювати до книги та читання. Проводячи індивідуальні бесіди зі студентами молодших курсів, бібліотекарі дізнаються, що молоді подобаються різноманітні ігрові, розважальні форми, в яких є дух змагання.

На думку Н. Шишкової [11], конкурси виявляють творчий підхід бібліотекарів до своєї справи. Діяльність бібліотек активізується, ліпше координується їх робота з різними організаціями, розширюється комунікаційний аспект на рівні взаємодії з необхідними структурами. Дедалі більше розвивається «нова візуальна культура», що передбачає розширення комунікаційної функції бібліотеки. Виникає ще один напрям діяльності, пов'язаний з відтворенням духовної особистості — виховання візуальної культури (окремі елементи вже наявні в практиці бібліотек). Завдання бібліотек полягає в тому, щоб об'єднати їх у систему, розглядаючи як цілеспрямоване формування візуально грамотної поведінки, пов'язати з традиціями навчання користувачів інформаційної грамотності, естетичного, екологічного й інших напрямів виховної роботи [7, с. 45–46].

І. Птушкіна зазначає, що проведення бібліотекою міських літературно-творчих конкурсів краєзнавчої тематики стало важливою формою стимулювання інтересу молоді до досягнення духовних багатств, історичних і культурних традицій [9]. Логіка цієї роботи полягає в тому, щоб викликати в читачеві азарт, а потім — і пам'ять, мета — просвітництво, виховання інтересу та любові до своєї сім'ї, родичів, історії роду, стимулювання й ініціювання літературно-художньої творчості підростаючого покоління.

Таким чином, у російських фахових виданнях є немало праць, у яких йдеться про різні форми роботи з читачами. Науковці приділяють важливе значення конкурсам і вважають їх дозвілєвими програмами [4; 2; 7]. Так, Т. Ловкова розглядає як традиційні форми культурно-дозвілєвої діяльності бібліотек, так і інноваційні, порівнюючи їх з горизонталлю та верти-

каллю. Вертикаль — це творчий експеримент з невідомим і неординарним, самобутнім і оригінальним, горизонтальне — традиційне. Вони можуть мінятися місцями. Нові перспективні інновації неможливі без вироблення в співробітників бібліотек творчого мислення, цілеспрямованості, а інколи й мужності [4, с. 41]. На думку С. Матліної [7], в бібліотеках, що відомі своїми інноваційними досягненнями, зазвичай, працюють не просто талановиті, а дотепні люди, які цінують гумор та знають, де і як його застосовувати. Саме завдяки цьому можна створити атмосферу радості, коли посмішка бібліотекаря створює в читачів образ теплої оселі, сприяє розкриттю творчого потенціалу.

Отже, інноваційний пошук у бібліотечними фахівцями допомагає читачам відчути в бібліотеці необхідний для свого духовного життя простір, що надає молоді безцінної можливості спілкуватися та виявляти свої творчі обдарування. Відтак, у бібліотеці бажано дотримувати рівноваги традиційного й інноваційного.

Організуючи конкурси, бібліотекарям ВНЗ важливо зацікавити відвідувачів, проявити творчість, сприяти ініціативності студентів, щоб разом співпрацювати в підготовці до ігрової програми. Така взаємодія давно практикується в роботі бібліотечних фахівців ХНТУСГ ім. Петра Василенка.

Бібліотекарі зазначають, що конкурси вже стали доброю традицією. Якщо в 90-х рр. ХХ ст. переважали вікторини, інтелектуально-ігрові заходи («Що, де, коли?», «Брейн-ринги», «Щасливий випадок»), то нині проводять комплексні конкурсні програми. Саме ця форма спонукає бібліотечних фахівців заздалегідь визначати тематику програми, відбирати конкурсні завдання, запитання, допомагати командам у відборі необхідної літератури для виконання домашніх завдань, що потребує творчого, особистісного підходу, ентузіазму та натхнення.

Особливе значення в підготовці конкурсів відводиться роботі з творами художньої літератури. Збереження і поширення художніх цінностей — давня й традиційна сфера бібліотечної діяльності. У творах письменників і поетів комплексно відображаються в художній формі як художні, так і етичні, естетичні, релігійні й інші цінності, творчо переосмислюються події минулого та моделюються варіанти майбутнього [2]. Так, шоу-конкурс «Весняні надії», що проводиться для дівчат у переддень весняних свят, передбачає домашнє завдання: продемонструвати улюблений образ літературного твору. Знаючи класичну літературу, бібліотекар зможе віднайти особливу подібність у поведінці, мові, рухах тієї чи іншої героїні з бажанням конкурсантки або допомагати дівчатам обрати літературний образ, разом підготувати костюм, підібрати найцікавіший монолог з літературних творів (Мавка, Наталка-Полтавка, Кайдашиха, Роксолана, Тетяна Ларіна та ін.).

Конкурси — це наука перемагати. У конкурсантів виробляються такі життєво важливі якості, як уважність, ретельність, наполегливість у досягненні своєї мети. Участь у конкурсі розвиває пам'ять, уміння спілкуватися з дорослими, однолітками, навколишнім світом. На кожному конкурсному заході читачі здобувають певні знання, навчаються жити цікаво та насичено, налагоджують комунікативні зв'язки. Успіх конкурсних заходів за-

лежить передусім саме від бібліотекарів, що їх організують. Це мають бути творчі, обдаровані, зацікавлені фахівці. Від того, наскільки вони переймаються ідеєю конкурсу, залежатиме й інтерес учасників. Повинні бути зворотний зв'язок, віддача, впевненість у бажаному результаті, що забезпечить перемогу. Безперечно, не кожен фахівець на це здатен. Від природи в таких людей є певний магнетизм, дар, що надихає на креатив.

Креативність бібліотекаря закладена в підсвідомості, відчутті любові до своєї професії, гордості за можливість спілкуватися з людьми і дарувати їм частинку своєї душі, знань. Звідси починається потяг до інноваційного пошуку нових форм роботи. Нині успішніші, котрі «прийшли» з телебачення (хіт паради, літературні ринги, КВК та клубна робота (ігрова, дозвілєва).

Під час написання сценаріїв необхідно об'єднувати декілька конкурсів: тематичний, творчий, турнір індивідуальних учасників, конкурс уболівальників, професійні змагання, музичні номери тощо. Виховні, культурно-дозвілєві форми роботи з читачами в разі застосування сучасних електронних аудіовізуальних творів на компакт-дисках поліпшаються. Нині вони значно впливають на формування читацьких і глядацьких переваг, спонукаючи до ознайомлення з кращими художніми творами.

До обраної теми можна долучити задушевні, гостросюжетні твори, лірику і гумор. Важливо тільки, щоб усе було відібрано і виконано професійно. Визначальні якості бібліотекаря: професіоналізм, ерудиція, освіченість, любов до людей. Важливими є чуйність, людяність, толерантність, творча винахідливість, духовність, почуття стилю та гумору. Саме такими і мають бути бібліотекарі, котрі працюють зі студентською молоддю.

Означені форми роботи з молоддю мають також на меті виховання бібліотекаря майбутнього: високоерудованого професіонала з творчим ставленням до роботи, уважного, комунікативного.

Отже, проведення конкурсів передбачає з погляду читача:

- активність, особистісно-орієнтований та діяльнісний підходи;
- самоорганізацію, самовдосконалення;
- пошук інформації бібліотечними засобами.

З позиції бібліотекаря:

- професійну компетентність, ступінь опанування інформаційних технологій і методики бібліотечних форм роботи;
- знання методик проведення масових заходів як способу формування ІК і реклами книги й читання;
- опанування методик складання і рекламування будь-яких форм культурно-дозвілєвих заходів;
- знання вікової психології спілкування та способів вирішення запропонованих психологічних ситуацій.

Для бібліотекарів — це можливість підвищити свій професійний рівень, ознайомитися з новинками літератури, уникати монологічного спілкування з читачами, налагодити продуктивний зв'язок з ними, знайти нові таланти, здійснити рекламу бібліотеки, отримати позитивні емоції. Конкурс — це ще один спосіб спостереження за читачами, їхніми читацькими інтересами, інтелектуальним зростанням; налагодження жвавого зацікавленого діалогу між бібліотекарем і читачем [6, с. 25].

Отже, конкурсні програми спонукають бібліотечних фахівців до творчого пошуку, розвивають креативність, зміцнюють комунікаційно-функціональні стосунки, вдосконалюють суб'єкт-суб'єктні відносини і подальший імідж бібліотеки. Масові заходи, як пише О. Чрелашвілі [10] це ще й реклама бібліотеки. На нашу думку, конкурсні програми — один із засобів рекламної діяльності бібліотек.

Інноваційний пошук у бібліотечній роботі допомагає читачам відчутти в бібліотеці необхідний для свого духовного життя простір, що надає молоді унікальної можливості спілкуватися та виявляти свої творчі обдарування.

Окрім того, проведення конкурсів сприяє тому, що змінюється самооцінка бібліотекаря, він усвідомлює, що його творча праця необхідна і приносить радість людям.

Подальшу перспективу дослідження теми вбачаємо в розкритті комунікативно-комунікаційної взаємодії бібліотечних фахівців.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьев С. Методика организации конкурсов / С. Афанасьев // Воспитание школьников. — 2001. — №3. — С. 18–25.
2. Грабар Н. Г. Суттєві цінності бібліотек ВНЗ : реалії та перспективи / Н. Г. Грабар // Вісн. Кн. палати. — 2006. — №8. — С. 12–15.
3. Ліпей О. Найкращий читач України — 2007 / О. Ліпей // Світ дитячих бібліотек. — 2007. — №3. — С. 26–27.
4. Ловкова Т. Б. Культурно-досуговая деятельность публичных библиотек: терминологический аспект / Т. Б. Ловкова // Библиотековедение. — 2004. — № 4. — С. 32–35.
5. Макаренко Г. С. Конкурсы в библиотечном деле: попытка структурирования и анализа / Г. С. Макаренко // Молодые в библиотечном деле. — 2004. — № 9–10. — С. 3–25.
6. Мануїлова Л. Головне — не втратити дух творчості: досвід організації читачьких конкурсів і акцій / Л. Мануїлова // Світ дитячих бібліотек. 2006. — № 4. — С. 25–26.
7. Матлина С. Г. Инновационное творчество библиотекарей в контексте социокультурной динамики / С. Г. Матлина // Библиотековедение. — 1998. — №2. — С. 39–70.
8. Павлинова Г. Репертуар массовых мероприятий для читателей региона / Г. Павлинова // Библиотека. — 2000. — № 10. — С. 52–54.
9. Птушка И. «Корни вечного древа» / И. Птушкина // Библиотекарь. — 2006. — № 12. — С.18–22.
10. Чрелашвили О. А. Реклама в библиотеке и реклама библиотек / О. А. Чрелашвили // Библиотечное дело. — 2004. — №8. — С. 31–34.
11. Шишкова Н. Конкурс как инструмент / Н. Шишкова // Библиотека. — 2006. — № 6. — С. 52–54.

Надійшла до редколегії 04.04.2014 р.