

Публічна бібліотека Збараської міської ради
Бібліотека-філія для дітей
Відділ інформації, реклами, удосконалення методики та
практики бібліотечної роботи



Як організувати ЧИТАЦЬКИЙ МАРАФОН у невеликій громаді

Методичні рекомендації
бібліотекарям

Збараж – 2024

Упорядники: Т. Огінська, *заступник директора по роботі з дітьми*
В. Радовська, *зав. відділом інформації, реклами, удосконалення методики та практики бібліотечної роботи*

Комп'ютерний набір: В. Радовська

Відповідальна за випуск:

О. Бойко, *директор*
КУ «Публічна бібліотека
Збаразької міської ради»

Як організувати ЧИТАЦЬКИЙ МАРАФОН у невеликій громаді [Текст]: метод. реком. бібліотекарям / Публічна бібліотека ЗМР, Бібліотека-філія для дітей, від. інформ., реклами, удоскон., методики та практики бібл. роботи; упоряд. Т. Огінська, В. Радовська. – Збараж: [б.в.], 2024. – 11 с.

Методичні рекомендації розроблені на допомогу бібліотекарям, які здійснюють промоцію читання. Пропонується алгоритм проведення мережевого заходу «Читацький марафон». Розкриваються різні аспекти популяризації обраної книги, зокрема шляхом проведення офлайн та онлайн заходів, проведення успішної промокампанії.

Адресовано бібліотечним працівникам

- © Бібліотека-філія для дітей, 2024
- © Відділ інформації, реклами, удосконалення методики та практики бібліотечної роботи, 2024
- © Публічна бібліотека Збаразької міської ради, 2024

Читання – це величезна втіха й насолода, це найкращий відпочинок і водночас чудова «гімнастика» для розуму. Тільки вдумливе читання розвиває вміння аналізувати, критикувати, аргументувати, піддавати сумніву.

В історії розвитку людства читання завжди відіграло важливу роль. Воно пронизує всі сфери нашого життя: зумовлює освітню, інформаційну, пізнавальну, професійну діяльність людини. Але, на жаль, нині в українському суспільстві цінність читання знижується. інформацію, слухати й співпереживати.

Читання для задоволення та розвитку як життєва практика, серед українців втрачає свою популярність, поступаючись споживанню «швидкої» інформації із соцмереж, доступному відеоконтенту і телебаченню.

Разом з тим, у суспільстві спостерігається тенденція зростання дефіциту знань і конструктивних ідей, викликана зниженням частки читаючого населення. Очевидною є необхідність просування читання, як одного із засобів підвищення інтелектуального потенціалу нації, рівня загальної освіченості, формування системи моральних орієнтирів, зміни змісту читання. Подоланню цих викликів сприятиме мережевий захід в рамках територіальної громади Марафон читання «Громада читає...». Такий формат заходу варто проводити в невеличких громадах та селах, це сприяє згуртованістю громади, популяризації роботи бібліотек та читання.

У світовій практиці подібні заходи надзвичайно популярні та проводяться під гаслом «Одне місто – одна книга».

Мета заходу – об'єднати читанням громаду, налагоджуючи спільність і взаєморозуміння між поколіннями громади; зробити читання життєвою практикою, запропонувати користувачам багатогранний асортимент заходів, пов'язаних з книгою та відчуттям радості від читання, сприяти духовному та інтелектуальному розвитку мешканців громади.

Ідея Марафону читання спрямована на залучення широкого кола спільноти до читання та вдумливого обміну враженнями, відродження традицій сімейного читання, виховання почуття спільності та об'єднання довкола ідеї книги. Процес проведення заходу полягає в тому, щоб мешканці громади читали впродовж визначеного певного часу одну книгу, а потім обговорювали її на різних заходах у бібліотеках, школах, інших локаціях. Такого формату захід доречно щороку проводити в навчальних закладах міста, села, територіальній громаді з акцентом на письменників Збаражчини та України.

Завдання:

- ✚ розробка та проведення широкої кампанії з просування читання у громаді;
- ✚ активізація читацької та творчої активності підростаючого покоління;
- ✚ позиціонування читання серед дітей як достойний засіб змістовного та цікавого проведення дозвілля;
- ✚ удосконалення об'єктів, орієнтованих на задоволення та розвиток читацьких інтересів, моделювання простору читання в бібліотеках Збаразької ТГ, забезпечення їх книжковою та періодичною друкованою продукцією;
- ✚ популяризація кращих літературних творів, як класичних, так і сучасних; підтримка авторів, що пишуть;
- ✚ організація та проведення соціологічних досліджень з проблем читання, моніторинг книжкового ринку літератури;
- ✚ розвиток інформаційних технологій;
- ✚ підвищення громадського інтересу до читання, формування громадської думки, консолідація владних та громадських організацій, творчої інтелігенції, закладів культури та освіти на підтримку читання та підвищення статусу книги.

Проведення мережевого заходу складається з трьох етапів: організаційний, промоційний, подієвий.

Організаційний етап.

На початковому етапі ініціатору Марафону читання – публічній бібліотеці ТГ – важливо визначити координатора, який буде забезпечувати етапи його реалізації і співпрацю з командою.

Важливий етап у проведенні мережевого заходу – вибір книги. Твір варто вибрати колегіально, залучивши до процесу експертів – педагогів, психологів, соціальних працівників, дільничного поліцейського, лікарів, представників духовенства, авторитетних осіб ТГ, активних читачів, зокрема, підлітків, батьків. (Надалі всі вони можуть бути учасниками майбутніх активностей).

Ключовим аспектом при виборі книги є краснавчий – авторством чи змістом книга має бути пов'язана із Збаражчиною. Твір має бути невеликого формату і легко читатися, зміст – доступним для сприйняття. Зверніть увагу на шрифт книги – він має бути зручним для прочитання людям старшого віку.

Коли експертною радою буде обрано книгу для Марафону читання в громаді, необхідно подбати про достатню кількість примірників

видання у бібліотеці. Доречним буде письмове звернення до голови ТГ, депутатів селищної(сільської) ради з повідомленням щодо ініціативи проведення Великого читання в громаді та сприянні у придбанні необхідної кількості примірників книги для прочитання.

На організаційному етапі варто здійснити:

- ✓ Визначити терміни проведення мережевого заходу;
- ✓ Обрати команду для реалізації завдань заходу, визначити координатора та виконавців,
- ✓ Обрати та запросити партнерів
- ✓ Окреслити коло завдань та визначити їх виконавців;
- ✓ Підготувати афішу активностей та рекламних заходів мережевого заходу;
- ✓ Написати повідомлення автору книги про проведення Марафону читання в громаді, запросити на стартовий (можна онлайн) та фінальний заходи, повідомити про Марафон читання в соціальних мережах;
- ✓ Придбати необхідну кількість примірників книги, використавши всі можливі джерела: залучення меценатів, власні книги читачів, акції, книгообмін з бібліотеками, зв'язки з видавництвом тощо;

Промоційний етап.

Успішному проведенню Марафону читання сприятиме потужна **промокампанія**. Важливим її елементом є логотип, який варто розробити і він слугуватиме впізнаваності заходу і привертатиме до нього увагу. Для популяризації Марафону читання у віртуальному просторі, зокрема в соціальних мережах, необхідним елементом є хештег, як приклад: #ГромадаЧитає, #МарафонЧитання, #ГромадаЧитаєЛятуринську та ін.

Важливим елементом промокампанії є зовнішня реклама – візуальне інформування цільової аудиторії про Марафон читання. Ефективна друкована реклама дозволить бібліотеці підкреслити свою унікальність, зацікавити книгою, розкрити ресурси, донести інформацію про послуги читання.

Зовнішня реклама може здійснюватися за допомогою підготовки і розповсюдження плакатів, афіш, оголошень, буклетів, листівок, флаєрів, запрошень, календарів та іншої друкованої продукції, що популяризують книгу. На рекламівках має бути інформація про режим роботи бібліотеки, адреси сайту та соціальних мереж, контактні телефони. Рекламна продукція вручається відвідувачам, розкладається серед книг у фондї, біля каталогів, дарується читачам. Доцільно

поширювати у місцях перебування представників громади (хаби, клуби, гуртки, спортивні секції, навчальні заклади, сільська рада, магазини, зупинка громадського транспорту, тощо).

Рекламу у віртуальному просторі доцільно здійснювати через сайти бібліотеки, ТГ, сайти партнерів, канали соціальних мереж. На сайті бібліотеки необхідно розмістити банер «(назва)ТГ читає «(назва обраної книги)» (прізвище автора)», за яким висвітлювати перебіг подій Марафону читання. Заздалегідь визначитися з влучними тегами та хештегом. Розмістити та закріпити афішу активностей мережевої події.

Важливим елементом промоції є опублікування на сайті громади звернення голови ТГ до мешканців із закликом підтримати Марафон читання.

Щотижня на сайті бібліотеки та в соціальних мережах варто публікувати анонс заходів та фотозвіти про їх проведення. В соцмережах необхідно створювати подію для кожного заходу та забезпечити розсилку у групах ТГ.

Потужним рекламним заходом може послужити проведення флешмобу у велелюдних локаціях населених пунктів ТГ «Бери і читай (назва книги) (прізвище автора)».

Плануючи комплекс активностей навколо обраної книги варто звернути увагу на формати онлайн та подієвого маркетингу.

Подієвий етап.

Активності у форматі онлайн:

Виставка-«листівка»: ілюстрований лаконічний опис сюжету книги, який, несподівано обривається на найцікавішому місці, запрошення до бібліотеки прочитати книгу.

Буктрейлер – короткий інтригуючий відеоролик за мотивами книги, який спонукає до її прочитання.

Челендж – начитування користувачами бібліотеки уривків із обраного твору. Учасникам необхідно виразно прочитати фрагмент тексту і зняти відео-підтвердження на 3-5 хвилин та надіслати бібліотекарю. Зйомка може бути постановочною, доцільно використовувати елементи театралізації. З відповідним хештегом бібліотекар викладає відео в соцмережі.

Цитатник – щоденне опублікування цитати з книги, які вразили, здивували, спонукали до роздумів. Доцільно вести цитатник в соцмережах впродовж всього періоду Марафону читання обраної книги.

Відео-зустрічі з автором книги, представниками видавництва, ілюстраторами книги організовані бібліотекою у режимі реального часу через мережу Інтернет з використання комунікативного сервісу Google Meet чи платформу Zoom.

YouTube. Створення та представлення на YouTube-каналі бібліотеки: відеопроєктів, відеороликів за сюжетами книг, відеозаписів сеансів читання вголос, подкастів.

Активності подієвого маркетингу – гучні і яскраві заходи, спрямовані на привернення уваги до книги, просування послуг читання, іміджу бібліотеки. Варто звернути увагу на наступні форми роботи:

- + **Квіз «Вгадай персонаж за цікавим фактом/фразою»** – літературні змагання для любителів читання;
- + **Цикл голосних читань з обговоренням книги за участю експертів;**
- + **«Книжкова вечірка «Прокачай емоції»** – обговорення книги, з акцентом на фактах та подіях, які особливо вразили, обмін вербальними рекомендаціями щодо необхідності прочитання.

Організовуючи заходи навколо книг для підлітків та дорослих читачів важливо залучати до обговорення та експертної оцінки описаних подій психолога, працівників соціальних служб, юристів, дільничного офіцера поліції, лікарів, представників духовенства.

Ідеальним фінальним заходом Марафону читання стане зустріч з письменником та автограф-сесія. Ця подія потребує особливо потужної реклами і підготовки.

Що варто зробити:

- ✓ Запросити автора книги на зустріч з читачами, визначити дату і час проведення;
- ✓ Виготовити та поширити афіші про захід;
- ✓ Обрати локації для проведення зустрічі;
- ✓ Створити подію у соцмережах;
- ✓ Опублікувати пресанонс про захід в соцмережах, на сайті бібліотеки, ТГ, партнерів;
- ✓ Підготувати сценарій фінального заходу;
- ✓ Запросити користувачів, гостей на зустріч з автором;
- ✓ Висвітлити перебіг зустрічі на сайтах та у соціальних мережах.

Марафон читання в територіальній громаді носить іміджевий характер і може стати візитною карткою Бібліотеки та ТГ в цілому.

**Алгоритм проведення мережевого заходу
«Марафон читання «ТГ (село місто)читає «(назва книги)»
(автор книги)»**

№ п/п	Назва та форма заходу	1 місяць/дата проведення	1 місяць/дата проведення	Виконавці / Партнери	Цільова аудиторія
Організаційний етап					
	Вибір книги	+		Користувачі бібліотечна рада	
	Залучення партнерів	+			
	Підготовка плану основних активностей та рекламних акцій	+		Бібліотекар-координатор	
	Виготовлення рекламної продукції: банера, кишенькових календарів, рекламівок з активностями	+	+		
	Підготовка листа звернення до голови ТГ щодо проведення мережевого заходу у населених пунктах ТГ, придбання примірників книги	+			
	Підготовка проекту звернення голови ТГ до громади щодо підтримки мережевого заходу	+			
	Придбання примірників книг	+			
Активності для користувачів					
	Онлайн-зустріч з автором книги	+	+		
	Короткі читання по четвергах: читання книги, обмін думками	+	+		
	Цикли тематичних обговорень книги	+	+		

	Рефлексії навколо книги: коментарі спеціалістів (психолога, соціального працівника, лікаря) вчинків героїв книги	+	+		
	Літературні (книжкові) емоції, зачитування читачами уривків з книги, які їх вразили з коментарем	+	+		
	Натхненні книгою: створення демотеки за книгою: вірші, малюнки, колажі, пісні, фотопроботи, створені читачами за сюжетом книги	+	+		
	«Хмара емоцій»: майстер-клас зі створення хмари тег за книгою	+	+		
	Фінальний захід: Зустріч з письменником, автограф-сесія		+		
Рекламні заходи					
	Опублікування на сайті громади і бібліотеки звернення голови щодо підтримки мешканцями мережевого заходу	+			
	Підготовка і проведення стартової прес-конференції	+			
	Створення на сайті бібліотеки рубрики «Громада читає...»	+			
	Опублікування на сайті бібліотеки, в соцмережах анонсу активностей мережевого заходу	+	+		
	Опублікування повідомлень про книгу, цитат з книги, цікавих фактів про героїв книги, світлин, малюнків тощо	+	+		

	Анонси заходи	+	+		
	Фотозвіт про проведені активності	+	+		
	Розсилка інформації про активності бібліотеки педагогам, вихователям дошкільних закладів, студентам, школярам, користувачам.	+	+		
	Флешмоб у громадському місці «Бери і читай. (назва книги)»	+	+		
	Опитування мешканців громади (села, міста) щодо враження про прочитану книгу	+	+		

Використані джерела:

1. **Войцех, Р. Інноваційні форми масової роботи шкільної бібліотеки** [Текст] / Р. Войцех // Шкільна бібліотека плюс. – 2016. – №11-12 (311-312). – С. 2-17.
 2. **Ступницька, С.П. Як організувати Велике читання у територіальній громаді** [Текст]: метод. рекомендації / С.П. Ступницька; Рівнен. обл. універс. наук. б-ка. – Рівне: [б. в.], 2022. – 19 с.
 3. **Сучасні форми і методи підтримки й розвитку читання** [Текст]: інформ.-аналіт. огляд / НАПН України, ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського; упоряд. А.І. Рубан. – Київ: ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського, 2021. – 62 с. – (Серія «На допомогу професійній самоосвіті працівників освітянських бібліотек»; вип. 25)
- * * * * *
4. **About One City One Book** [Електронний ресурс] // San Francisco Public Library. – Електрон. текстові та граф. дані. – [США], 2002-2023. – Режим доступу: – Режим доступу: <https://sfpl.org/books-and-media/read/one-city-one-book-know-my-name/about-one-city-one-book>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: англ., ісп., кит. – Опис зроблено: 26.04.2024.
 5. **Запровадьте в себе. Літературний проект «Книга збирає друзів»** [Електронний ресурс]: методичні матеріали // Хмельницька обласна бібліотека для дітей ім. Т. Шевченка. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу: https://odb.km.ua/?dep=38&w=show_dpage&dep_up=615&dep_cur=616&dpage_id=76#gsc.tab=0, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
 6. **Національний читацький марафон «Діти України читають захисникам»** [Електронний ресурс] // Комунальний заклад «Центр професійного розвитку педагогічних працівників Височанської селищної ради Харківського району Харківської області». – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу: <https://vysoch.cprpp.org.ua/news/1708413411/>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
 7. **Проект «Велике читання. Рівненщина читає...»** [Електронний ресурс] // Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу: <http://libr.rv.ua/ua/about/134-proekt-velike-chitannya-rivnenshina-chitae/>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
 8. **Содомора, Х. БуквоМама: Назад до речей... Читацький марафон БуквоМама** [Електронний ресурс] / Х. Содомора // Видавництво Старого Лева. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2016. – Режим доступу: <https://starylev.com.ua/blogs/bukvomama-nazad-do-rechey>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
 9. **Ступницька, С.П. Промакмпанія популяризації книг УІК в публічній бібліотеці** [Електронний ресурс]: метод. матеріали / С.П. Ступницька // Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу:

<http://libr.rv.ua/data/library/img/167.pdf>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.

10. **Творчий розвиток обласного проекту «Велике читання» на Миколаївщині** [Електронний ресурс]: методичні рекомендації / Управління культури Миколаївської облдержадміністрації; Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В.Лягіна // Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В.Лягіна. – Електрон. текстові дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу: <https://www.laginlib.org.ua/wp-content/uploads/2019/04/metodychka.pdf>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
11. **Фарварщук, В.П. Популяризація та підтримка читання: методичний аспект** [Електронний ресурс] / В.П. Фарварщук // На Урок. Освітній проект. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2017-2024. – Режим доступу: <https://naurok.com.ua/populyarizaciya-ta-pidtrimka-chitannya-metodichniy-aspekt-243758.html>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.
12. **Читацький марафон: як почати читати більше книжок?** [Електронний ресурс] // Readeat. – Електрон. текстові та граф. дані. – [Україна], 2024. – Режим доступу: <https://readeat.com/blog/chitackij-marafon-yak-pochati-chitati-bilshe-knizhok>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова: укр. – Опис зроблено: 26.04.2024.