

В последнее время в библиотеках широкое распространение получила такая активная форма работы с читателями как акция. Акция – это вовлечение (движение, действие), умение создать событие для достижения поставленной цели. Предлагаем вам новые формы акций.

Рекламная акция «Книжное конфетти»

На столах в библиотеке рассыпаны конфеты, шоколадки, к которым прикрепляются фантики с цветными рекламами книг и журналов для молодёжи, 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».

Акция «Рекламный листопад»

Данную акцию удобнее всего проводить в День библиотек. Библиотекари, переодевшись в героев книг, раздают флаеры, открытки с символикой библиотеки. Используют оконную рекламу, арт-объекты (деревья и др.), следы на асфальте и стрелки-указатели.

Флаер (рекламный листок)

– это небольшая информативная листовка, часто выполненная в ярких сочных красках. Используют флаеры в основном как раздаточный материал в различных рекламных и промоакциях. Нередко флаер является своеобразным бесплатным пропуском, приглашением

или даже входным билетом на какое-либо мероприятие. И в отличие от приглашений, обычно персонализированных, флаером может воспользоваться любой человек.

Акция «Читательская ленточка»

Читатели создают в библиотеке символическое дерево, завязав на нём разноцветные ленточки, которые расскажут о предпочтениях читателей. Если любят читать сказки – жёлтую, детектив – синюю, фантастику – фиолетовую, о любви – красную и т.д. Библиотекари, тем самым узнают какой жанр предпочитают читатели.

Акция «Дерево книжных предпочтений»

Читателям предлагают завязать на дереве ленточку, к которой прикреплена бирка. На бирке читатель пишет название своей любимой книги, по желанию – (кратко) впечатление от прочитанного. Цвета ленточек соответствуют разным жанрам и видам литературы: фантастика, детектив, исторический роман, любовный роман, классическая литература, научно-популярная и т. п. Изучение читательского спроса тоже заиграет новыми красками.

Акция «LIKEBOOK»

Данная акция направлена на выявление наиболее популярного и читаемого автора. Для участия в акции необходимо всего лишь при посещении библиотеки оценить понравившуюся

книгу, а именно поставить свой Like. Итогом акции может стать выставка, где будут представлены самые интересные и понравившиеся читателям книги. Для библиотекарей это хорошая помощь в пополнении фонда своей библиотеки.

Акция «Волшебный рюкзачок»

В рюкзачке – детские книги для чтения вслух и тетрадь для отзывов, пожеланий, сочинений. «Волшебный рюкзачок» передается в группу детского сада и путешествует из одной семьи в другую.

Акция «Либмоб»

В основе акции – блиц-опрос жителей населённого пункта про дорогу в библиотеку. Кто знает дорогу к библиотеке, получает смайлик. А кто не знает – календарик с адресом библиотеки и контактной информацией. Весёлая акция-игра несомненно повышает имидж библиотеки.

«Флэш-моб» (от англ. flash mob — «мгновенная толпа»)

Это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте. В течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия и так же быстро расходятся. Мероприятие имеет эффект неожиданности и направлено на то, чтобы вызвать у случайных прохожих удивление и заинтересованность.

Акция «Цветочный кроссинг»

Пользователи библиотеки могут оставить свою рассаду, семена и луковицы для сада и огорода, а взамен взять другие.

Акция «Флаффи-путешественник»

Направлена на широкий круг читателей. Библиотекари предлагают ребятам поучаствовать в акции, целью которой является отвлечение детей от информационных технологий путем привлечения интереса к путешествиям и приключениям. Все желающие смогут получить фигурку Флаффи-путешественника (единорога или любого другого персонажа) при выполнении обязательных условий:

- нужно сфотографироваться вместе с фигуркой Флаффи во время летнего отдыха (в аэропорту, в палатке, на пляже, в любом другом городе, где угодно);

- затем необходимо будет привезти фотографию в библиотеку или отправить на электронный адрес библиотеки.

Акция «Зиппи-Марсианин»

Данная акция действует с целью посещаемости сайта библиотеки, привлечения к чтению детей, рекламы библиотеки и книги, а также повышению настроения читателя. Зиппи – это фигурка в виде марсианина с текстом. Выдается читателю вместе с книгой (по желанию), обязательным условием является то, что читатель должен сфотографировать фигурку и прислать его портрет на электронный адрес. Таким образом, соберется

галерея фотографий на сайте библиотеки. Акция способствует повышению посещаемости сайта библиотеки, популяризации библиотеки, а также повышению настроения читателей.

Библио-кросс

Акция, направленная на привлечение к чтению книг по определенной теме или за определенное время, выигрывает тот читатель, который прочитает наибольшее количество книг.

Акция «Книжный «Хэппенинг» (место происшествия)

Акция хэппенинга представляет собой бесфабульное театрализованное действие, рассчитанное на спонтанные акции исполнителей и на активное соучастие зрительской аудитории. Главный объект действия – книги.

«Библиотечный книжный фримаркет»

Специально организованное место, где можно оставить прочитанные книги или взять бесплатно оставленные другими книги. При создании виртуальных выставок используются дизайнерские программы: Adobe Photoshop, FSViewer, Corel DRAW, ImageReady. При размещении выставки на сайте, блоге, используется программный язык HTML. Сканирование обложек, иллюстраций по распознаванию и правке текстов производится в программе FineReader.



Отдел библиотечного маркетинга
ЦГБ им. А.И. Герцена

«Шпаргалка: что должен знать библиотекарь»

**Акция – это должно
быть ярко!**



По материалам интернет источников
Сост. Л.Н. Гулевич

Гомель, 2021