

MAGDALENA WÓJCIK

Instytut Informatyki Naukowej i Bibliotekoznawstwa, Uniwersytet Jagielloński

Nowe pomysły na promocję czytelnictwa - stan badań i przykłady dobrych praktyk

WSTĘP

Promocja czytelnictwa jest jednym z podstawowych obszarów działania bibliotek, szczególnie tych o charakterze bibliotek publicznych, szkolnych i pedagogicznych. Zarówno w toku działalności badawczej, jak i praktycznej rozwinięto szereg metod i technik, które mają na celu wspieranie czytelnictwa. Duża część spośród wypracowanych rozwiązań, takich jak konkursy czytelnicze, spotkania z autorami czy wspólne czytanie, trafia jednak przede wszystkim do osób, które już są zainteresowane czytaniem i chętnie współpracują z biblioteką. Prowadzenie tego typu akcji, podtrzymujących zainteresowania czytelnicze, jest oczywiście niezwykle istotne, ale równie ważne, choć z założenia trudniejsze, jest kierowanie działań do osób, które nie wykazują zainteresowania książką i rzadko bywają w bibliotece.

PRZEDMIOT I CEL

Przedmiot artykułu stanowią nowe pomysły na promowanie czytelnictwa wdrażane w polskich i zagranicznych bibliotekach publicznych, pedagogicznych i szkolnych. Celem jest zaprezentowanie katalogu dobrych praktyk, które mogą posłużyć bibliotekarzom jako inspiracja do dalszych działań.

METODA

Zastosowano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa oraz *benchmarking*. W oparciu o wyszukiwanie w bazach Biblioteki Narodowej, w bazach abstraktowych BABIN i LISTA oraz przeszukanie kluczowych zagranicznych baz danych za pomocą narzędzia Google Scholar za lata 2010-2015 ustalono stan badań nad współczesnymi metodami promocji czytelnictwa. Następnie dokonano systematycznego przeglądu zasobów sieciowych w poszukiwaniu opisów działań promujących czytelnictwo, które wyróżniają się oryginalnością stosowanych metod i narzędzi oraz użytecznością dla realizacji zadań polskich bibliotek publicznych, pedagogicznych i szkolnych.

STAN BADAŃ

Przeprowadzona analiza stanu badań pokazała, że problematyka promocji czytelnictwa, szczególnie wśród dzieci i młodzieży, była tematem często poruszanym w literaturze przedmiotu, zwłaszcza w czasopismach branżowych dla praktyków oraz w portalach bibliotekarskich. W publikacjach dominowały opisy pomysłów i wdrożeń, zdecydowanie mniej było artykułów o charakterze naukowym, prezentujących wyniki badań empirycznych. Najczęściej omawiano:

- ▶ ogólnopolskie akcje promujące czytanie (np. Cała Polska Czyta Dzieciom, Książka – stosuj codziennie)^{[1][2]},
- ▶ imprezy plenerowe (np. pikniki czytelnicze, Odjazdowy bibliotekarz, gry miejskie, *flashmob*, *street art*, murale)^{[3][4]},
- ▶ udostępnianie książek poza biblioteką (np. w pociągach, na lotniskach, w galeriach handlowych, bibliobusach, mikrobibliotekach, automatach z książkami i poprzez *bookcrossing*)^{[5][6]},

¹ E. Kosik, *Odjazdowy Bibliotekarz: akcja łącząca promocję czytelnictwa z promocją aktywności fizycznej*, „Poradnik Bibliotekarza” 2015, nr 6, s. 30-32.

² A. Szary, „Szarówki”, czyli mój wkład w akcję Cała Polska Czyta Dzieciom, „Guliwer” 2011, nr 3, s. 53-54.

³ A. Belcer, *Promowanie czytelnictwa i bibliotek z pomysłem: przegląd wybranych akcji czytelniczych*, „Podkarpackie Studia Biblioteczne” 2015, nr 4, s. 30-52, <http://psb.ur.edu.pl/promowanie-czytelnictwa-i-bibliotek-z-pomyslem-przeglad-wybranych-akcji-czytelniczych> [dostęp: 28 października 2016].

⁴ P. Milewska, *Odjazdowy Bibliotekarz okiem organizatorów w świetle wyników ankiety ewaluacyjnej 2012*, „Biuletyn EBIB” 2013, nr 139, s. 1-13, <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/62/87> [dostęp: 28 października 2016].

⁵ T. Inklebarger, *Digital books are up in the air: library branches take flight in airports*, „American Libraries” 2015, vol. 46, nr 1-2, <http://americanlibrariesmagazine.org/2015/02/11/digital-books-are-up-in-the-air/> [dostęp: 28 października 2016].

⁶ W. Łopuch, *Czytając przy barbakanie*, „Bibliotekarz Zachodniopomorski” 2013, nr 2/3, s. 95-98.

- ▶ promocję czytelnictwa w bibliotekach szkolnych (np. konkursy, wystawy, imprezy okolicznościowe, kluby książki)^{[7][8][9]},
- ▶ biblioteczne imprezy promujące czytelnictwo (np. Noc w bibliotece, Tydzień książek zakazanych)^{[10][11]},
- ▶ promocję czytelnictwa w Internecie i mediach społecznościowych^{[12][13][14][15]},
- ▶ działania nie wprost nakierowane na promocję czytelnictwa, ale sprzyjające budowaniu związków czytelników z biblioteką (np. turnieje gier, pokazy filmowe, warsztaty fotograficzne)^{[16][17][18]}.

Do najciekawszych prac, z punktu widzenia przedmiotu artykułu, można zaliczyć opracowania: *Biblioteczny Escape Room – najciekawsze wydarzenie Tygodnia Bibliotek 2015*¹⁹ oraz *Promowanie czytelnictwa i bibliotek z pomysłem: przegląd wybranych akcji czytelniczych*²⁰.

⁷ B. Banaś, „Lalka” Bolesława Prusa: konkurs czytelniczy, „Poradnik Bibliotekarza” 2015, nr 9, s. 43-44.

⁸ J. M. Dynia, S. B. Piasta, L. M. Justice, *Impact of library-based summer reading clubs on primary-grade children’s literacy activities and achievement*, „Library Quarterly” 2015, vol. 85, nr 4, s. 386-405.

⁹ H. Mitoraj, H. Sadowska-Bujak, *Bajkowe wieczory w bibliotece szkolnej*, „Biblioteka w Szkole” 2014, nr 12, s. 22-23.

¹⁰ U. Lisowska-Kożuch, *Kamishibai, booktalking, storytelling...*, czyli formy pracy z młodym czytelnikiem, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2015, nr 12, s. 149-164.

¹¹ S. Marshall, *Reading promotion activities at Chilton Saint James School*, „Collected Magazine” 2013, nr 9, s. 19-21.

¹² R. Doiron, *Using e-books and e-readers to promote reading in school libraries: lessons from the field*. IFLA 2011, http://lms.obertapublishing.com/wp-edicio-digital/wp-content/uploads/2014/07/Doiron_Using-E-Books-and-E-Readers-to-Promote-Reading-in-School-Libraries_2011.pdf [dostęp: 28 października 2016].

¹³ M. Janas, K. Mól, *Blog biblioteczny współczesną formą promocji biblioteki akademickiej na przykładzie „Bibliodziennika”*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2011, nr 9, s. 58-64.

¹⁴ A. Lamb, L. Johnson, *A decade of facebook: can we still be friends?*, „Teacher Librarian” 2013, nr 41 (2), s. 58-62.

¹⁵ M. Ostrowska, *Promocja książki z wykorzystaniem serwisu Instagram*, „Biuletyn EBIB” 2015, nr 159, s. 1-9, <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/362/533> [dostęp: 28 października 2016].

¹⁶ M. Czekała, *Historia (nie)jednego zdjęcia czyli z książką w kadrze*, „Bibliotekarz” 2015, nr 12, s. 21-22.

¹⁷ B. Pytlos, *Urodziny w bibliotece: promocja książki i czytelnictwa w rodzinie?*, „Bibliotekarz” 2014, nr 10, s. 21-22.

¹⁸ L. Barack, *Yoga in the library*, „School Library Journal” 2015, <http://www.slj.com/2015/01/feature-articles/yoga-in-the-library> [dostęp: 28 października 2016].

¹⁹ K. Kuzian, M. Remlein, *Biblioteczny escape room: najciekawsze wydarzenie Tygodnia Bibliotek*, „Poradnik Bibliotekarza” 2011, nr 11, s. 25-27.

²⁰ A. Belcer, *dz. cyt.*, s. 30-52.

PRZYKŁADY DOBRZYCH PRAKTYK

Dokonując wyboru dobrych praktyk, kierowano się kilkoma przyjętymi kryteriami:

- ▶ pominięto przykłady obrazujące tradycyjne metody promocji czytelnictwa, takie jak: konkursy, kluby czytelnicze, spotkania z autorami itp.,
- ▶ pominięto przykłady, które obrazują stosunkowo nowe zjawiska, ale dobrze zakorzenione i wdrażane w polskich bibliotekach na szeroką skalę, np. *bookcrossing* czy udostępnianie książek w przestrzeni miejskiej,
- ▶ wybrano inicjatywy, które są kierowane do dzieci i młodzieży, ale nie stawiają sztywnych ograniczeń wiekowych i mogą być realizowane także w odniesieniu do innych grup użytkowników,
- ▶ wybrano inicjatywy, które nie tylko wyróżniają się oryginalnością, ale także uniwersalnością i mogą być łatwo dostosowane do potrzeb zarówno większych, jak i mniejszych bibliotek,
- ▶ wprowadzono ograniczenia ilościowe, prezentując siedem najciekawszych pomysłów.

Pierwszym wytypowanym pomysłem na promocję czytelnictwa jest biblioteczny *escape room* zorganizowany przez bibliotekę Akademii Morskiej w Gdańsku w ramach Tygodnia Bibliotek w 2015 roku. Impreza nawiązuje do popularnej od jakiegoś czasu koncepcji gier, w których uczestnicy mają za zadanie wydostać się z zamkniętego pomieszczenia przez rozwiązywanie zagadek logicznych w określonym czasie. W rozgrywce zorganizowanej przez bibliotekę w Gdańsku uczestnicy musieli zmierzyć się z zagadkami, które sprawdzały umiejętności z zakresu czytania ze zrozumieniem, wyszukiwania informacji oraz korzystania z zasobów bibliotecznych. Impreza okazała się wielkim sukcesem i była szeroko opisywana w mediach, co przyczyniło się do promocji biblioteki^{[21][22]}. Opisana akcja wyróżnia się oryginalnością, opierającą się na kreatywnym zaadaptowaniu popularnego formatu gry do potrzeb bibliotecznych. Nie wymaga dużych nakładów finansowych ani lokalowych. Gra kierowana jest z założenia raczej do młodzieży niż do dzieci, ale może być dostosowywana do różnych grup wiekowych.

Kolejnym ciekawym przykładem akcji promującej czytanie jest zorganizowanie przez Bibliotekę Publiczną im. Władysława Biegańskiego w Częstochowie gry osadzonej w konwencji tzw. LARP, czyli *live action role-playing game*. Istota gry opiera się na fizycznym odgrywaniu przygód pewnych postaci – np. bohaterów popularnych książek, filmów czy gier wideo – z wykorzystaniem odpowiednich, najczęściej

²¹ K. Kuzian, M. Remlein, *dz. cyt.*, s. 25-27.

²² T. Maciejewski, *Ucieczka z biblioteki Akademii Morskiej nagrodzona = Escaping the Maritime Academy library rewarded*, „Gazeta Wyborcza” 2015, <http://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/1,34959,18404106,ucieczka-z-biblioteki-akademii-morskiej-nagrodzona.html> [dostęp: 28 października 2016].

wykonanych samodzielnie kostiumów i rekwizytów. W przypadku biblioteki w Częstochowie chodziło o odtworzenie przygód bohaterów serii książek o Harrym Potterze. Impreza cieszyła się dużą popularnością w środowisku fanów serii i przyciągnęła do częstochowskiej biblioteki uczestników z całej Polski²³. Faktem jest, że wydarzenie kierowane było głównie do wielbicieli książek J. K. Rowling, a więc z założenia do osób, które lubią czytać przynajmniej ten typ literatury, ale konwencję gry można łatwo zaadaptować tak, by przyciągnąć do biblioteki osoby, które nie mają jeszcze dużego doświadczenia czytelniczego. Wiele popularnych filmów czy gier komputerowych bazuje na dziełach literackich, z czego nie wszyscy ich użytkownicy zdają sobie sprawę. Zorganizowanie LARP-u bazującego na filmie lub grze mogłoby nakłonić do przyścia do biblioteki osoby, które nie odwiedzają jej zbyt często, i pokazać literacki kontekst ich ulubionych form rozrywki.

Pozostając w konwencji gier rozgrywanych w pomieszczeniach bibliotecznych, interesującym przykładem akcji promującej czytanie jest gra terenowa zorganizowana przez New York Public Library. Na terenie biblioteki ukryto wskazówki prowadzące do stu najszlachetniejszych dokumentów przechowywanych w bibliotece. Uczestnicy, łącznie pięćset osób, mieli całą noc na zidentyfikowanie i odszukanie wytypowanych obiektów oraz zapoznanie się z nimi i napisanie krótkiego eseju o tym, w jaki sposób odnaleziony dokument może inspirować współczesnych odbiorców. Z napisanych wówczas prac skomponowano książkę, która została włączona do zbiorów biblioteki. Gra była realizowana w olbrzymim budynku bibliotecznym i na dużą skalę, ale główne jej założenia mogą być inspiracją do odtworzenia wybranych elementów także w warunkach mniejszych bibliotek²⁴.

Wiele bibliotek promuje czytelnictwo, zachęcając użytkowników do tworzenia różnych form medialnych: filmów, muzyki, fotografii w oparciu o utwory literackie, co daje możliwość zachęcania do aktywności czytelniczej przez odwołanie się do innych zainteresowań. Przykładem może być Miejska Biblioteka Publiczna w Olsztynie, która zachęcała użytkowników do tworzenia utworów hip-hopowych w oparciu o klasyczne teksty Juliana Tuwima czy Aleksandra Fredry i zaprezentowania ich w formie koncertu²⁵. Analiza prac znanych autorów pod kątem ich potencjału dla współczesnej muzyki pozwoliła uczestnikom w nieszablonowy sposób spojrzeć na dzieła klasyków i odszukać w nich nowy sens. Podobne działania podejmuje także Dyplomata Elementary School w Cape Coral na Florydzie. Uczniowie pod opieką nauczyciela bibliotekarza tworzą innowacyjne i profesjonalne, jak na wiek twórców, *trailery* (zwiastuny), wykorzystując dostępne w szkole oprogramowanie i własną

²³ *LARP zaCzytani w bibliotece*, <http://www.biblioteka.czyst.pl/wydarzenia/2013/larp-w-biblio-tece> [dostęp: 28 października 2016].

²⁴ *Find the future: the game*, http://exhibitions.nypl.org/100/digital_fun/play_the_game [dostęp: 28 października 2016].

²⁵ *Mistrz Promocji Czytelnictwa 2013*, http://www.sbp.pl/konkurs/nagrodzeni?konkurs_id=10543 [dostęp: 28 października 2016].

kreatywność. Stworzenie krótkiego filmu promującego książkę wymaga od uczniów nie tylko zapoznania się z tekstem, ale także jego kreatywnej analizy pod kątem elementów, które najlepiej można przełożyć na formę wideo. Efekty prac uczniów są publikowane w mediach społecznościowych, m.in. w serwisach Pinterest i YouTube, i spotykają się z bardzo pozytywnymi reakcjami społeczności sieciowej²⁶.

Wiele bibliotek wykorzystuje środowisko Internetu i narzędzia Web 2.0 do promocji czytelnictwa. Popularne są blogi biblioteczne, profile w serwisach społecznościowych czy międzynarodowe projekty realizowane *online*. Niektóre biblioteki, przede wszystkim te, które dysponują większymi środkami finansowymi, idą jednak o krok dalej i zaczynają wykorzystywać nowe technologie, takie jak: wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, druk 3D, serwisy geolokalizacyjne czy aplikacje mobilne, aby przyciągnąć do biblioteki młodych odbiorców. Przykładem ciekawego rozwiązania wykorzystującego zalety technologii mobilnych, geolokalizacji i rozszerzonej rzeczywistości jest aplikacja Wolf Walk oferowana przez bibliotekę akademicką North Carolina State University, która jest interaktywnym przewodnikiem historycznym po uniwersytecie, w tym również po uczelnianej bibliotece²⁷. Aplikacja nanosi na rzeczywisty obraz oglądanych budynków, przedmiotów czy miejsc dodatkową, cyfrowo wygenerowaną warstwę informacji, która pokazuje historyczne znaczenie obiektów oraz prezentuje ciekawostki związane z danym miejscem. Na uwagę zasługuje fakt, że aplikacja jest skierowana do wszystkich studentów, nie tylko do użytkowników biblioteki, tak więc nawet osoby, które nie są zainteresowane częstymi wizytami w bibliotece, mogą niejako przypadkiem zdobyć ciekawe informacje na jej temat i być może poczuć chęć jej odwiedzenia. Aplikacja tego rodzaju mogłaby zostać łatwo zaadaptowana do potrzeb bibliotek szkolnych. Interaktywny przewodnik dostępny dla uczniów posiadających telefony komórkowe lub inne urządzenia mobilne, szczególnie rozpoczynających naukę na danym stopniu edukacji, mógłby zawierać ciekawe informacje dotyczące biblioteki szkolnej, gromadzonych zbiorów czy organizowanych wydarzeń, z którymi uczniowie mimowolnie zapoznawaliby się, korzystając z aplikacji w szkole. Podobne działania, choć już ściśle adresowane do użytkowników biblioteki, proponuje Orlando Public Library. Aplikacja BluuBeam bazująca na technologii beaconów monitoruje ruchy użytkownika i przesyła mu kontekstowe informacje i podpowiedzi dotyczące dalszych działań, jakie może podjąć. Aplikacja wyświetla recenzje przeglądanych książek, poleca nowe pozycje do przeczytania oraz informuje o wydarzeniach bibliotecznych związanych z profilem zainteresowań użytkownika²⁸. Oczywiście korzystanie z tego rodzaju technologii wymaga zwykle du-

²⁶ M. Harclerode, *Student made book trailers – blockbusters*, <http://www.booktrailersforreaders.com/Home+Student+Book+Trailers> [dostęp: 28 października 2016].

²⁷ K. Li, *Augmented reality @ libraries*, <http://www.slideshare.net/islanderlee/augmented-reality-libraries> [dostęp: 28 października 2016].

²⁸ S. Sarmah, *The internet of things plan to make libraries and museums awesomer: are cultural institutions the environment iBeacon has been waiting for?*, <http://www.fastcompany.com/>

zych nakładów finansowych oraz szkolenia kadry, ale w dłuższej perspektywie może okazać się interesującym sposobem promocji czytelnictwa.

WNIOSKI

Istnieje wiele metod i technik promocji czytelnictwa, do najpopularniejszych należą: imprezy plenerowe i biblioteczne, konkursy, wystawy oraz kluby książki. Coraz częściej wykorzystuje się również przestrzeń miejską, organizując gry terenowe, pikniki czytelnicze i udostępniając książki w nietypowych miejscach. Istotną rolę odgrywają również ogólnokrajowe akcje promujące czytanie, które pomagają budować sprzyjający klimat dla działań prowadzonych w bibliotekach.

Analiza literatury przedmiotu i dobrych praktyk realizowanych w polskich i zagranicznych bibliotekach pozwala przypuszczać, że kluczem do promocji czytelnictwa jest obecnie powiązanie elementów klasycznie łączonych z książką i biblioteką z elementami odnoszącymi się do innych form medialnych lub innych zainteresowań użytkowników. Przy takim podejściu szczególnej wagi nabiera kwestia promocji organizowanych przez biblioteki działań, która musi zdecydowanie wykraczać poza krąg odbiorców biblioteki, a nawet poza środowisko lokalne i koncentrować się na dotarciu do wąskich, często hermetycznych grup docelowych, na przykład do miłośników gier, muzyków, fotografów czy fanów określonego gatunku filmowego. Promowanie książki w środowiskach, które nie są nią jeszcze zainteresowane lub preferują inne formy rozrywki, bywa niełatwe, ale jak pokazują działania bibliotekarzy, jest możliwe.

BIBLIOGRAFIA

- Banaś B., „Lalka” Bolesława Prusa: konkurs czytelniczy, „Poradnik Bibliotekarza” 2015, nr 9, s. 43-44.
- Barack L., *Yoga in the library*, „School Library Journal” 2015, <http://www.slj.com/2015/01/feature-articles/yoga-in-the-library/> [dostęp: 28 października 2016].
- Belcer A., *Promowanie czytelnictwa i bibliotek z pomysłem: przegląd wybranych akcji czytelniczych*, „Podkarpackie Studia Biblioteczne” 2015, nr 4, s. 30-52, http://psb.ur.edu.pl/sites/default/files/pdf/promowanie_czytelnictwa_i_bibliotek_z_pomyslem.pdf [dostęp: 28 października 2016].
- Harclerode M., *Student made book trailers – blockbusters*, <http://www.booktrailersforreaders.com/Home+ Student+ Book+ Trailers> [dostęp: 28 października 2016].
- Czekała M., *Historia (nie)jednego zdjęcia, czyli z książką w kadrze*, „Bibliotekarz” 2015, nr 12, s. 21-22.

- Doiron R., *Using e-books and e-readers to promote reading in school libraries: lessons from the field*, IFLA2011, <http://www.ifla.org/past-wlic/2011/143-doiron-en.pdf> [dostęp: 28 października 2016].
- Dynia J. M., Piasta S. B., Justice L. M., *Impact of library-based summer reading clubs on primary-grade children's literacy activities and achievement*, „Library Quarterly” 2015, vol. 85, nr 4, s. 386-405.
- Find the future: the game*, http://exhibitions.nypl.org/100/digital_fun/play_the_game [dostęp: 28 października 2016].
- Inklebarger T., *Digital books are up in the air: library branches take flight in airports*, „American Libraries” 2015, vol. 46, nr 1/2, <http://americanlibrariesmagazine.org/2015/02/11/digital-books-are-up-in-the-air/> [dostęp: 28 października 2016].
- Janas M., Mól K., *Blog biblioteczny współczesną formą promocji biblioteki akademickiej na przykładzie „Bibliodziennika”, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia”* 2011, nr 9, s. 58-64.
- Kosik E., *Odjazdowy Bibliotekarz: akcja łącząca promocję czytelnictwa z promocją aktywności fizycznej*, „Poradnik Bibliotekarza” 2015, nr 6, s. 30-32.
- Kuzian K., Remlein M., *Biblioteczny escape room: najciekawsze wydarzenie Tygodnia Bibliotek*, „Poradnik Bibliotekarza” 2011, nr 11, s. 25-27.
- Lamb A., Johnson L., *A decade of Facebook: can we still be friends?*, „Teacher Librarian” 2013, nr 41 (2), s. 58-62.
- LARP zaCzytani w bibliotece*, <http://www.biblioteka.czyst.pl/wydarzenia/2013/larp-w-bibliotece> [dostęp: 28 października 2016].
- Li K., *Augmented reality @ libraries*, <http://www.slideshare.net/islanderlee/augmented-reality-libraries> [dostęp: 28 października 2016].
- Lisowska-Kożuch U., *Kamishibai, booktalking, storytelling...*, czyli formy pracy z młodym czytelnikiem, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2015, nr 12, s. 149-164.
- Łopuch W., *Czytając przy barbakanie*, „Bibliotekarz Zachodniopomorski” 2013, nr 2/3, s. 95-98.
- Maciejewski T., *Ucieczka z biblioteki Akademii Morskiej nagrodzona = Escaping the Maritime Academy Library rewarded*, „Gazeta Wyborcza” 2015, <http://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/1,34959,18404106,ucieczka-z-biblioteki-akademii-morskiej-nagrodzona.html> [dostęp: 28 października 2016].
- Marshall S., *Reading promotion activities at Chilton Saint James School*, „Collected Magazine” 2013, nr 9, s. 19-21.
- Milewska P., *Odjazdowy Bibliotekarz okiem organizatorów w świetle wyników ankiety ewaluacyjnej 2012*, „Biuletyn EBIB” 2013, nr 139, s. 1-13, <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/62/87> [dostęp: 28 października 2016].
- Mitoraj H., Sadowska-Bujak H., *Bajkowe wieczory w bibliotece szkolnej*, „Biblioteka w Szkole” 2014, nr 12, s. 22-23.
- Mistrz Promocji Czytelnictwa 2013*, http://www.sbp.pl/konkurs/nagrodzeni?konkurs_id=10543 [dostęp: 28 października 2016].
- Ostrowska M., *Promocja książki z wykorzystaniem serwisu Instagram*, „Biuletyn EBIB” 2015, nr 159, s. 1-9, <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/362/533> [dostęp: 28 października 2016].
- Pytlos B., *Urodziny w bibliotece: promocja książki i czytelnictwa w rodzinie?*, „Bibliotekarz” 2014, nr 10, s. 21-22.

Sarmah S., *The internet of things plan to make libraries and museums awesomer: are cultural institutions the environment iBeacon has been waiting for?*, <http://www.fastcompany.com/3040451/elasticity/the-internet-of-things-plan-to-make-libraries-and-museums-awesomer> [dostęp: 28 października 2016].

Szary A., „Szarówki”, *czyli mój wkład w akcję Cała Polska Czyta Dzieciom*, „Guliwer” 2011, nr 3, s. 53-54.

ABSTRAKT:

Przedmiot referatu stanowią nowe pomysły na promowanie czytelnictwa wdrażane w polskich i zagranicznych bibliotekach publicznych, pedagogicznych i szkolnych. Celem jest zaprezentowanie katalogu dobrych praktyk, które mogą posłużyć bibliotekarzom jako inspiracja do dalszych działań. Zastosowano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa oraz *benchmarking*. Ustalono stan badań nad współczesnymi metodami promocji czytelnictwa. Następnie dokonano systematycznego przeglądu zasobów sieciowych w poszukiwaniu opisów działań promujących czytelnictwo, które wyróżniają się oryginalnością stosowanych metod i narzędzi oraz użytecznością dla realizacji zadań polskich bibliotek publicznych, pedagogicznych i szkolnych.

SUMMARY:

The object of the paper is to present new ideas to promote readership which are implemented in Polish and foreign public, pedagogical and school libraries. The purpose of the author is to present a catalogue of good practices which may serve librarians as inspiration for further activities. A method of analysis and criticism of writing as well as benchmarking was applied. The state of research in modern methods of promotion of readership was established. Then a systematic review of the internet resources associated with a description of activities which promote readership and which are distinguished by the originality of the methods and tools which are used and which are useful for the realisation of the tasks of Polish public, pedagogical and school libraries was made.

Słowa kluczowe: czytelnictwo, akcje czytelnicze, biblioteki, promocja czytelnictwa, metody pracy

Keywords: readership, readerly activities, libraries, promotion of readership, methods of work