

INSTAGRAM – „MARZENIE CZYTELNIKA”

SCENARIUSZ ZAJĘĆ W BIBLIOTECE Z WYKORZYSTANIEM TABLETU I APLIKACJI

[odcinek 8: Twórz i dziel się – Tablety w bibliotece]

CEL I KRÓTKI OPIS ZAJĘĆ

„Marzenie czytelnika” to akcja (a nie „typowe” zajęcia w bibliotece), która ma zwiększyć zainteresowanie biblioteką i dać czytelnikom i sympatykom placówki poczucie wpływu na ofertę i działanie biblioteki.

Aktywność ma formę plebiscytu, w ramach którego czytelnicy lub użytkownicy decydują, jakie książki zostaną zakupione do biblioteki. Działania trwają około miesiąca, w tym czasie osoby uczestniczące oddają głosy na swoje „marzenia”.

STOPIEŃ TRUDNOŚCI

1 2 3

GRUPA DOCELOWA

Wszyscy mieszkańcy (użytkownicy, czytelnicy) posiadający konto na Instagramie – również ci, którzy założą konto pod wpływem konkursu.

WIELKOŚĆ GRUPY (OPTYMALNA, MAKSYMALNA)

Wielkość grupy nie jest ograniczona. Im więcej uczestników, tym lepiej.

CZAS AKTYWNOŚCI

Scenariusz zakłada, że akcja „Marzenie czytelnika” trwa jeden miesiąc.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

1. W pierwszym dniu plebiscytu (najlepiej na początku miesiąca) biblioteka ogłasza konkurs „Marzenie czytelnika”. Tym „marzeniem” jest książka, którą biblioteka zakupi do swoich zbiorów. Promocja zabawy może się odbyć zarówno w budynku biblioteki, jak i w przestrzeni wirtualnej (zwłaszcza na profilu biblioteki na Facebooku, który powinien być zsynchronizowany z Instagramem).
2. Biblioteka szykuje listę 32 książek, które wezmą udział w akcji. Następnie w bardzo prosty sposób prezentuje je uczestnikom – codziennie zamieszcza na Instagramie dwa zdjęcia, każde reprezentujące inny tytuł. Należy pamiętać o hasztagach, które uporządkują zbiór (np. #MarzenieCzytelnika). Tego dnia chętni mogą oddać głos („polubienie”) na jedną z prezentowanych książek. Ta pozycja, która w danej parze otrzyma więcej głosów, przechodzi do kolejnej rundy.
3. Przy założonej liczbie 32 książek konkurs trwa równo miesiąc (31 dni). W trakcie pierwszych 16 dni ze wszystkich książek wyłonionych zostaje 16 tytułów. Z tego zbioru, w kolejnych 8 dniach, zostanie wybrane 8 książek, które przejdą do następnego etapu. W ciągu kolejnych 4 dni z 8 tytułów zostaną już tylko 4. Potem rozpocznie się półfinał, trwający 2 dni, w którym wyłoniona zostanie finałowa para

tytułów. Zakończenie konkursu stanowi wskazanie przez uczestników książki, która okazała się „Marzeniem czytelnika”.

4. Po rozstrzygnięciu plebiscytu biblioteka musi kupić książkę zgodnie z decyzją osób uczestniczących w konkursie. Należy tego dokonać bardzo szybko, bez zwłoki, żeby głosujący czuli, że mieli realny wpływ na rozszerzenie bibliotecznego zbioru, a ich głos był ważny.
5. Warto też opublikować w Internecie lub w bibliotece np. czołową czwórkę z głosowania – jako rodzaj obietnicy, że i te książki wkrótce pojawią się w ofercie.
6. Moment udostępnienia wybranej książki może też stać się okazją do „święta”. Można zaprosić czytelników na spotkanie w bibliotece, a jego program oprzeć na treści książki, połączyć z prezentacją itp. Przykładowo, gdyby „Marzeniem czytelnika” okazali się „Krzyżacy”, to spotkanie można uatrakcyjnić wyświetleniem filmu albo ekspozycją innych książek historycznych oraz zaproszeniem lokalnego historyka (pasjonata lub zawodowca), żeby opowiedział o historii miejscowości w czasach krzyżackich.

MOŻLIWE MODYFIKACJE ZAJĘĆ

1. Można w dowolny sposób regulować długość trwania konkursu. Wcześniej warto zrobić symulację, żeby nie okazało się, że w którymś z etapów występuje nieparzysta liczba książek (choć z tym też można sobie poradzić, np. organizując rywalizację trzech tytułów).
2. Głosowanie może też odbywać się w bibliotece, na tablecie udostępnionym wszystkim odwiedzającym. Oznacza to poszerzenie grona głosujących o osoby, które na co dzień nie korzystają z Instagramu i urządzeń mobilnych.
3. Przed konkursem można zaprosić osoby do zgłaszania tytułów, które chciałyby wypożyczyć, co pomoże w stworzeniu konkursowej listy książek.
4. Zamiast książek wybierane mogą być też audiobooki czy nawet... aplikacje na iPada.

OCZEKIWANE REZULTATY I SPOSOBY WERYFIKACJI

Oczekiwany rezultatem będzie wzrost liczby osób, które „śledzą” konto biblioteki na Instagramie, które tym samym – na co można mieć nadzieję – będą na bieżąco z ofertą placówki. Działania mogą też przełożyć się na zwiększenie zainteresowania książkami, zwłaszcza tymi z czołówki konkursu.



Projekt „Tablety w Twojej bibliotece” jest elementem Programu Rozwoju Bibliotek, który od 2009 roku realizuje Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego.

Ten materiał edukacyjny dostępny jest na licencji Creative Commons CC BY-SA 3.0 Polska. Pełna treść licencji znajduje się na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/pl>