

## Do knižnice 2 – Nakazení čítaním Kampaň 2012



Celoslovenská kampaň **DO KNIŽNICE 2 – NAKAZENÍ ČÍTANÍM** vznikla na základe pozitívnych reakcií verejnosti – knihovníkov, učiteľov, detí i mladých ľudí – na kampaň *Do knižnice*, ktorá sa uskutočnila v roku 2010. Vtedy sme formou rôznych súťaží zviditeľňovali knižnice ako miesta vzdelávania, oddychu a ako komunitné a informačné centrá.

Aj v roku 2012 sme si zvolili súťaže ako prostriedok komunikácie s čitateľmi aj nečitateľmi. Dve výtvarné, jedna fotografická a jedna literárna súťaž by mali poskytnúť deťom, mladým a tentoraz aj dospelým záujemcom možnosť vyjadriť svoj názor na čítanie a na knižnice rôznymi formami. Súťaže nevyklučujú (ba jedna z nich si to priam žiada) vtip a nadhľad, ktoré sú také potrebné na to, aby človek v pohode prežil súčasnú informačnú džungľu a chaos.

Knižniciam budú v rámci kampane ponúknuté rôzne možnosti vzdelávania najmä detských knihovníkov a ďalšie prostriedky na pomoc pri šírení čítacej náказы.

Kampaňou by sme chceli pripomenúť, že byť nakazený čítaním je zdravé a že práve knižnice sú miestami, kde sa táto náказа najviac šíri. Nakazte sa s nami!

(citované z [www.dokniznice.sk](http://www.dokniznice.sk), článok o kampani *Do knižnice 2 – Nakazení čítaním*)

Čítať z webu bol vytvorený v čase vyhlásenia kampane, keď sme ešte netušili, ako budú verejnosť i knihovníci reagovať. Dnes, keď píšem tento článok, súťažná časť kampane je uzatvorená, porotcovia usilovne pracujú a my dorábame posledné plánované aktivity. Poznáme už aj čísla, a tak sa môžeme smelo baviť o tom, či je takýto spôsob propagácie knižníc a čítania zaujímavý.

Začnem verejnosťou. V jej očiach sú knižnice ešte stále zakonzervované miesta, kde je ticho a dosť nuda. Verejné knižnice tento mýtus pomaly búrajú a vidieť to hlavne v menších mestách, kde sa šikovným knihovníckam podarilo vytvoriť rôzne typy komunit, ktorých základňou je práve knižnica. Smola knižníc je v tom, že aj keď do sveta vypustia správu o tom, čo robia, správa zaujme len úzky okruh ľudí a len málokedy prekročí hranice mestečka či mesta.

Kampaň *Do knižnice* bola od svojho vzniku zameraná na propagáciu dvoch vecí: na propagáciu knižníc jednotlivo aj celkovo a na propagáciu čítania. Cieľovými skupinami kampane sú deti, mládež aj dospelí ľudia, a to sprostredkovane cez knižnice v ich vlastných mestách. Cieľovou skupinou sú taktiež detskí knihovníci, prostredníctvom ktorých sa opäť dostávame k pôvodnej cieľovej skupine – k deťom a mládeži.

Verejnosť sme priamo oslovili vďaka štyrom súťažiam:

1. fotografickej **Pristihnutí pri čítaní** (úlohou súťažiacich bolo odfotiť niekoho alebo niečo pri čítaní, či už náhodne alebo štylizovane), (pozn.: ukážky zo súťažných fotografií nájdete v e-verzii časopisu);
2. literárnej súťaži **Keď ešte v telke nebolo sto programov...** (súťaž bola zámerné venovaná Medzinárodnému roku aktívneho starnutia a medzigeneračnej komunikácie. Súťažiaci-deti mali za úlohu vyspovedať seniora zo svojho okolia a vymámiť z neho zaujímavé informácie z jeho života);



3. výtvarnej súťaži **Ticho! Smejeme sa** (náročnejšia súťaž pre odvážlivcov s nápadom a štipkou výtvarného talentu, venovaná kresleným vtipom na tému knižnice a čítanie);
4. výtvarnej súťaži **Nakazení čítaním** (t. j. zaujímavému návrhu na tričko, ktoré by malo propagovať čítanie).

Literárna a výtvarná súťaž sú hodnotené odbornými porotami. Okrem návrhu na tričko, kde porota musí vybrať jeden konkrétny návrh, ktorý bude aj zrealizovaný, poroty v ďalších kategóriách mali za úlohu vybrať uverejniteľné vtipy a rozhovory, ktoré budú ešte v tomto roku v elektronickej podobe publikované, a ak sa podarí, budú na budúci rok publikované aj v tlačenej forme. Aj z tých však od poroty požadujeme vybrať jeden najlepší, a to kvôli odmenám knižniciam (o nich sa zmienim trochu neskôr).

Pri fotografickej súťaži sme verejnosti dali priestor aj pri hodnotení. Súťažné fotografie sú uverejnené na webovej stránke *Do knižnice*, aj na facebookovej stránke *Do knižnice*, kde môžu ľudia kliknutím hlasovať za podľa nich najvydarenejšiu fotografiu. Úžasnú marketingovú silu v tomto smere ukázal práve Facebook. Od spustenia elektronického hlasovania facebooková stránka *Do knižnice* zaznamenala prudký nárast fanúšikov. Keďže facebook poskytuje presné štatistiky, dá sa z nich vidieť, kto na stránku klikol a „olajkoval“ ju. Od spustenia hlasovania 8. októbra stránku videlo takmer 200 000 ľudí a stránka zaznamenala takmer 250 nových lajkov. To znamená, že v súčasnosti má stránka *Do knižnice* takmer 1 000 fanúšikov, teda ľudí, ku ktorým sa na facebookové nástenky dostanú informácie o aktivitách a zaujímavostiach týkajúcich sa knižníc a čítania. V prípade, že zaujímavosť olajkujú, objaví sa táto aj na nástenke ich priateľov a knižniciam sa tak zvyšuje šanca, že ich „objaví“ viac ľudí.

Ale späť k súťažiam. Ako sa prostredníctvom súťaží propagujú knižnice? Jednoducho. Každý súťažiaci musel okrem svojho mena a veku uviesť aj knižnicu, za ktorú súťaží. A tak sa aj tí najzarytejší nečitateľa, ale nečitateľa s tvorivou chuťou, museli okolo seba poobzerať a nájsť tú svoju knižnicu. Pretože s naj... súťažným príspevkom získa zaujímavú odmenu aj knižnica, ktorú výherca označí sa svoju.

Kampaň mala okrem verejnosti prebrať aj knižnice. Knižnice boli totiž od začiatku vyzvané na spoluprácu pri propagácii kampane, ich úlohou bolo zaregistrovať sa na webe a podávať informácie ďalej. A niektoré to urobili naozaj bravúrne. Zaregistrované knižnice čaká odmena v podobe propagačných materiálov kampane – záložiek, nálepiek, detského čitateľského kalendára z limitovanej edície a kniž-

ničného kvarteta, ktoré propaguje čítanie. Všetky materiály budú môcť využívať pri odmeňovaní svojich čitateľov a pri organizovaní vlastných podujatí.

Cieľovou skupinou kampane boli aj knihovníci. Prostredníctvom vzdelávacích aktivít sa snažíme posúvať hranice najmä v práci s detským čitateľom a s mládežou tak, aby sa knižnice pre ne stali atraktívnym a nadmieru zaujímavým miestom, aby pochopili, že knižnice nie sú len požičovne, ale hlavne miesta s množstvom aktivít a bonusov.

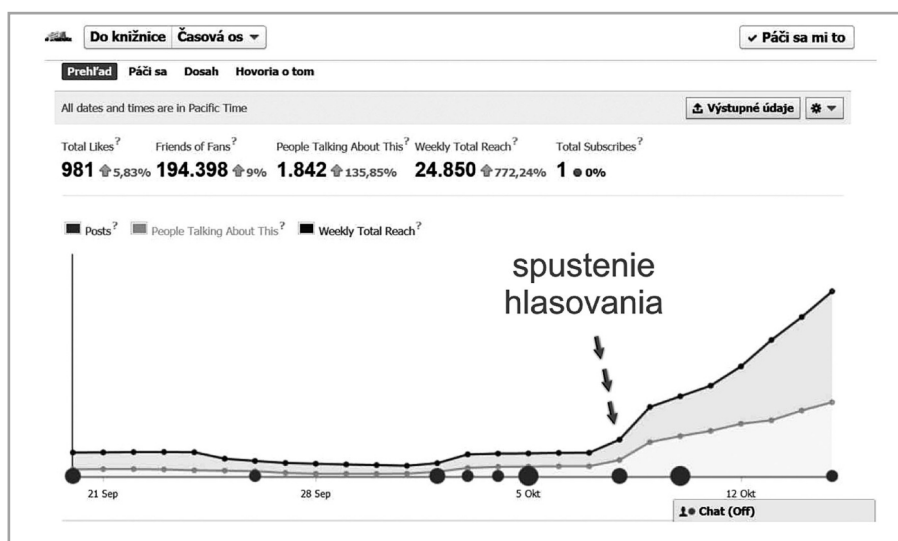
Súčasťou kampane sa stali:

- **Celoslovenský snem kráľov čitateľov**, ktorý sa uskutočnil v máji v Prešove, v Knižnici P. O. Hviezdoslava. Zúčastnilo sa ho 19 kráľov – detských milovníkov kníh z celého Slovenska, ktorí zostavili úžasný čitateľský odkaz pre deti, knihovníkov, spisovateľov a učiteľov, tzv. Posolstvo.
- **Súťažná prehliadka knižničných podujatí pre deti**, kde sa detskí knihovníci učili, ako pracovať s mladými ľuďmi v puberte (odohralo sa v Hornonitrianskej knižnici v Prievidzi) – dosah získaných zručností je nevyčísľiteľný, keďže každý detský knihovník pracuje stále s novými a novými deťmi a to, čím ich osloví, si tieto deti zapamätajú možno aj navždy.
- V novembri by sa mali uskutočniť tri špeciálne workshopy pre detských knihovníkov (v Knižnici J. Fándlyho v Trnave, v Krajskej knižnici Ľ. Š. vo Zvolene a v Knižnici P. O. Hviezdoslava v Prešove) zamerané na u nás na Slovensku zatiaľ neobjavenú disciplínu Rozprávačstvo.

V rámci kampane Do knižnice prebehla aj marcová oslava narodenín Pavla Dobšinského nazvaná **Deň ľudovej rozprávky**, ktorá mala fantastický ohlas medzi knihovníkmi, rodičmi aj učiteľmi, keďže sme motivovali k čítaniu nielen deti, ale aj dospelých, a tí deťom naozaj čítali. Aprílová oslava sviatku **Medzinárodného dňa detskej knihy**, počas ktorého sme sa snažili spočítať počet vypožičaných detských kníh počas 2. apríla 2012, bola zas ustanovujúcim (zatiaľ neoficiálnym rekordom), ktorý opäť propaguje knižnice a čítanie. Rekord sa budeme snažiť spolu s detskými čitateľmi každý rok prekonávať a ak sa náš zámer vydarí, rekord bude časom aj oficiálne uznaný a zaznamenaný v Slovenskej knihe rekordov.

Čerešničkou na torte v rámci kampane *Do knižnice 2 – Nakazení čítaním* bude spustenie Tlačovej agentúry knižníc, o ktorej píše moja kolegyňa Andrea Dohovičová v nasledujúcom článku a ktorá by mala, pokiaľ ju ľudia začnú používať, zviditeľniť knižnice úplne jasne a zrozumiteľne.

S koncom roka končia aj niektoré špeciálne aktivity kampane *Do knižnice 2 – Nakazení čítaním*. Kampaň však ako taká nekončí. Nakaziť čítaním a propagovať knižnice sa budeme snažiť aj naďalej, pretože stránka [www.dokniznice.sk](http://www.dokniznice.sk) a Do knižnice na Facebooku budú fungovať ďalej. Budú prinášať zaujímavosti z knižníc z domova i zo sveta, budú propagovať originálne nápady a aktivity na podporu čítania a budú stále určené všetkým, ktorým sú knižnice a čítanie blízke.



Ukážka z Facebooku

Graf znázorňuje štatistiku – nárast záujmu ľudí o facebookovú stránku Do knižnice, ktoré nastalo po spustení hlasovania za najlepšiu fotografiu Pristihnutí pri čítaní.

Vyhlasovateľ kampane: Slovenská národná knižnica

Mediálny partner: časopis Fífik, knihovnícky portál InfoLIB

Partneri kampane: Knižnica P. O. Hviezdoslava v Prešove, OZ KnihoBrána, Slovenská pedagogická knižnica, SSK, SAK

*Projekt bol uskutočnený vďaka finančnej podpore Ministerstva kultúry SR.*

**Gabriela Futová**

[gabriela.futova@gmail.com](mailto:gabriela.futova@gmail.com)