



**ПРОМОКАМПАНІЯ
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КНИГ
УІК
В ПУБЛІЧНІЙ БІБЛІОТЕЦІ**

2021

КЗ «Рівненська обласна універсальна
наукова бібліотека» РОР

Промокампанія
популяризації книг
УІК
в публічній бібліотеці

методичні матеріали

Рівне 2021

УДК 027 : 028

С – 88

Ступницька С. П. Промокампанія популяризації книг УІК в публічній бібліотеці : метод. матеріали / уклад.: С. П. Ступницька ; ред.: З. М. Тирак ; відп. за вип.: В. П. Ярощук ; Рівнен. обл. універс. наук. б-ка. – Рівне : [б. в.], 2021. – 19 с.

Методичні матеріали розроблені на допомогу бібліотекарям, котрі здійснюють промоцію читання та українських книг, що отримують публічні бібліотеки Рівненщини в рамках Програми поповнення фондів публічних бібліотек Українського інституту книги. Розкриваються різні аспекти популяризації видань, зокрема шляхом проведення офлайн та онлайн заходів, інтерактивних форм, популяризації читання через інтернет-простір, ін. Видання пропонує алгоритм проведення мережевого заходу «Одна книга одне читання. Рівненщина читає «Паперові солдати» Братів Капранових».

Адресовано бібліотечним працівникам міських, сільських книгозбірень територіальних громад області.

Укладач: Світлана Петрівна Ступницька

Редактор: Зінаїда Миколаївна Тирак

Відповідальна за випуск: Валентина Петрівна Ярощук

© КЗ «Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека» РОР, 2021

Промокампанія популяризації книг в рамках Програми поповнення фондів публічних бібліотек УІК

Природним еволюційним етапом розвитку сучасного суспільства є входження до інформаційної ери, де основними стратегічними ресурсами є знання та інформація. 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 Промокампанія популяризації книг в рамках Програми поповнення фондів публічних бібліотек Українського інституту книги (УІК)¹.

Мета Промокампанії – донести до читачів якнайкращі топові книжки українських письменників, зразків сучасної світової літератури, виданих українською мовою в рамках Програми поповнення фондів публічних бібліотек УІК, сприяння духовному та інтелектуальному розвитку краян за допомогою інноваційного та привабливого сервісу читання задля формування читаючої і мислячої української нації.

Організаційні питання

Популяризація книг, отриманих в рамках Програми поповнення фондів публічних бібліотек (далі Програма) вимагає комплексного підходу і залученості фахівців структурних підрозділів бібліотеки, користувачів, партнерів.

Кожній бібліотеці доцільно до плану роботи на рік розробити тематичний проект з популяризації книги і читання, основу якого складе промоція літератури, отриманої в рамках Програми УІК.

Варто визначити спеціаліста, в коло обов'язків якого ввійде координація роботи щодо ефективної промоції книг, отриманих в рамках Програми.

Книги, які надійшли від УІК, проходять облік та обробку, позначаються спеціальним стікером і передаються у відділи обслуговування користувачів.

З систематичною періодичністю необхідно відслідковувати рівень читацького запиту (обертаність) кожної книги для активної популяризації недостатньо запитуваних видань.

Представлення і розкриття фонду

Книги, які надійшли у відділи обслуговування, необхідно виокремити на відведеному стелажі чи книжковій полиці, означених логотипом:

#КнигиУкраїнськогоІнститутуКниги,

#УІК_ЧитайНайкраще,

#УІК_НайкращеУкраїнською.

¹ УІК – державна установа при Міністерстві культури України, покликана формувати державну політику у книжковій галузі, провадити промоцію книгочитання в Україні, підтримувати книговидавничу справу, стимулювати перекладацьку діяльність, популяризувати українську літературу за кордоном.

Підтримувати постійну увагу користувачів до книг УІК варто за допомогою постійно змінюваних книжкових виставок, які мають бути видовищними, атмосферними, приємно вражаючими користувача. Як приклад:

#ЧитайЧервоні – за кольором обкладинки (червоні, жовті, з обличчям людини тощо);

#ГаємниціЦифр – за присутністю цифр у назві книги («Визначні роки. Від 20 до 30. Вмикай на повну та досягай максимуму», «100 та 1 запитання й відповідь «про це». Усе, про що підлітки соромляться говорити з дорослими», «12 сезонів жінки», «Третій рівень. Короткі історії», «Шості двері», «Україна, 1918: Хроніка», «Сім щасливих днів»);

#Знаймоєім'я – за присутністю власних імен в назві книги («Галябезголови», «Юра», «Відверто про Клавдію», «Крістіна», «Острів Сильвестра», «Три дні з життя Єви», «Франческа. Володарка офіцерського жетона» тощо);

#Книжковий глобус – за географічною ознакою: «Меч короля Шотландії», «Скарб Бермудських островів», «Солодке життя в Парижі» тощо),

#ДівчачіВитівки – за присутністю ідентичного слова у назві, наприклад «дівчина/дівчата» («Дівчина, яка читала у метро»; «Цілком дівчачі штуkenції»; «Місто дівчат» тощо);

#Ім'я_в_Історії – присвячені особистостям в історії («Грушевський. Скоропадський. Петлюра», «Павло Скоропадський»; «Іван Мазепа : людина, політик, легенда»; «Данило Галицький», «Володимир Мономах», «Вінстон Черчилль»), або в мистецтві («Маленькі історії Великих Людей. Леонардо да Вінчі»; «Маленькі історії Великих Людей. Марі Кюрі»; «Казимир Малевич»; «Марія Примаченко», тощо);

#Історичний наратив – «Історія України «без брому». Розвиток державності на українських землях»; «Мазепа. Історичні картини»;

#КнигаНаекрані – (Террі Пратчет «Варта», «Колір магії», Діана Акерман. «Дружина доглядача зоопарку», Сара Джіо «Фіалки в березні», Стівен Кінг «Крістіна» і інші);

виставки – вітражі у віконних проємах приміщення бібліотеки.

Звернути увагу користувача на конкретне видання – нове, малознайоме або й призабуте – допоможе **Виставка однієї книги**. Дуже важливо для такої виставки правильно вибрати відповідний твір, який має бути змістовним, цікавим, мати багатоаспектний вимір. Книга приверне увагу як об'ємний предмет, коли стоятиме на підставці або на полиці з напіврозгорнутою титульною обкладинкою. На експозиції варто розмістити інформацію, про автора книги, його життя та творчість; про історію створення книги; про прототипів героїв твору, їх долю; літературний аналіз твору, розповіді відомих людей про роль цієї книги у їхньому житті, інформацію про екранізацію твору, розповіді режисерів та акторів про роботу над фільмом. Доречними будуть різні речі, предмети, що допомагають відтворити образ епохи або людини. На виставці також можуть бути представлені різні видання цієї книги; фотоматеріали про героїв твору; ілюстрації, виконані різними художниками,

книги, улюблені автором; аудіовізуальний супровід фрагментами екранізованих творів та саундтреками із фільмів і інше. (Наприклад: Гоголь М. Вечорниці на хуторі біля Диканьки, Діана Акерман. Дружина доглядача зоопарку).

Ще одним елементом привернення уваги до новинок від УІК стане книжкова **полиця однієї книги**, де книга буде представлена в кількох примірниках, повернутих до користувача не корінцями, а обкладинками, що візуально створюватиме об'ємність видання.

Виставка книг одного автора, як приклад: Світлани Алексієвич, Доржа Бату, Андрія Кокотюхи, Стівена Кінга, Террі Пратчет, Макса Кідрука, Ростислава Коломійця та інших авторів.

«Гурман читання рекомендує» – ще один варіант привернення уваги до видань – книга з відгуками користувачів, які вже її прочитали та діляться враженнями, чому її необхідно читати кожному.

Дієвим засобом популяризації книги є **виставки-інсталяції**² з вкрапленими елементами ай-стоперів. Дуже важливо правильно вибрати книгу. Вона повинна бути змістовною, цікавою, яскравою. Це може бути класика – минулих століть і сучасна, книга будь-якого жанру, мемуарна та краєзнавча література.

Виставка-кросворд передбачає розміщення на виставковому просторі кросворда, розгадати який можна звернувшись до представлених на виставці книг. Кросворд може бути представлений на окремому великому плакаті, на невеликих аркушах, які читачі можуть забрати з собою, або на одному з виставкових експонатів.

Екран прочитаних книг: сканована обкладинка книги, поряд – прізвища та фото користувачів, які її прочитали. Важливо, щоб серед цих користувачів були публічні та авторитетні мешканці громади.

Форми книжкових виставок можуть бути ще й такими: виставка-цитата, виставка читацьких вподобань, виставка-досьє, виставка-подорож, виставка-експозиція, виставка-конфлікт, виставка книжкових ілюстрацій, виставка-презентація, виставка «Літературний герой».

Яскравим представленням книжкової виставки є її презентація. Такий захід можна перетворити на свято для мешканців громади за участю письменника, прототипів героїв книги, видавців, представників преси. Елементами презентації можуть стати: презентація-візуалізація, онлайн зустріч з автором твору, фрагменти екранізацій, конкурси, «караван історій» – зачитування уривків з твору, які зачепили, майстер-класи з технік, про які згадується у книзі, театралізовані сюжети, музичний супровід. Отож, реклама виставки переросте в комплексний масовий захід.

Популяризації книг УІК у форматі онлайн

В період карантинних обмежень, викликаних Covid-19, важливого значення набуває дистантне обслуговування користувачів. Зважаючи на це варто створити онлайн-платформу популяризації книг, задіявши сайт

² Виставка-інсталяція – просторова композиція, створена з різноманітних елементів – побутових предметів, промислових виробів та матеріалів, природних об'єктів, фрагментів текстової й візуальної інформації.

бібліотеки, соціальні мережі, YouTube-канал, електронну розсилку. При цьому доречною буде розробка стилю повідомлень, що дозволить закріпити пізнаваність бренду УІК і сприятиме формуванню репутации публічності бібліотеки.

Сайт бібліотеки є потужним каналом поширення інформації про книги з УІК та власне популяризацію самих книг. Заохочення читання через сайт бібліотеки можна вести з використанням таких форм роботи:

- *віртуальна виставка*: демонстрація книг, присвячена темі або окремому автору у віртуальному середовищі, орієнтована на віддаленого користувача. Доступна 24/7. При цьому презентовані книги (матеріали) залишаються у фонді бібліотеки для фізичної видачі на запит користувачів. При підготовці доречним буде синтез текстів, графіки, аудіо- та відеодокументів, вебліографії, гіперпосилань на блоги авторів книг, їх акаунти в соцмережах та інші дотичні темі матеріали);

- *виставки-«листівка»*: за окремим невеликим літературним твором: лаконічний опис сюжету, який, зберігаючи інтригу, несподівано обривається на найцікавішому місці, запрошення до бібліотеки, щоб прочитати книгу;

- електронний анований *рекомендаційний список літератури*, присвячений певній темі;

- *виставка нових надходжень*: скановані обкладинки книг, згруповані за темами/розділами; кожен розділ супроводжується відповідною назвою – яскравою цитатою з представлених книг;

- *буктрейлер* – короткий інтригуючий відеоролик за мотивами книги, який спонукає до її прочитання. Як створити буктрейлер: <https://youtu.be/BhArqUmB2Fs>; <https://youtu.be/9tJn10ZO1Z8>;

- *інтерактивна вікторина*: https://www.youtube.com/watch?v=wmv_toLylco&ab_channel=coolSchool; https://www.youtube.com/watch?v=3qmotDURTDg&ab_channel=

- *онлайн-анкетування*: «Книга-відкриття», «Книга-стимул» «Книга-натхнення», «Книга, яка мене змінила». Для опитування доцільно використати Google Форми – програмне забезпечення для адміністрування опитування, що входить до складу безкоштовного веб-пакету Google Docs Editors, пропонованого Google. Детальніше: https://www.google.com/intl/uk_ua/forms/about/ .

- *стрічка часу* – засіб візуалізації інформації, в якому на лінійку часу в хронологічній послідовності наносяться події. Це дозволяє наочно побачити історію розвитку події, особистості, епохи тощо. Сучасні онлайн-сервіси дозволяють розміщувати на стрічці часу не тільки текст, а й зображення, відео та звук. Крім того, фрагмент тексту або картинку можна оформити як гіперпосилання на ресурс в Інтернеті, в якому подія розкривається більш детально. Як створити стрічку часу – за цим посиланням: <https://www.slideshare.net/Driamy/ss-7499101>; <https://www.slideshare.net/schoolperm40/ss-9962059> .

Соціальні мережі:

- *короткі емоційні пости* про літературу зі сканованою обкладинкою книг з відповідними хештегами, наприклад: #КнигаУІК (незмінний для всіх постів); #НевідомепроВідомих; #КнигипроУлюбленців; #КнигаДрайв; #БериЧитай. Доречне сюжетне декорування, автентичне візуальне оформлення поста. Надать системності рекламуванню контент-план з визначеністю тематичних днів, наприклад, для художніх прозових творів – середа і п'ятниця, літературознавчих – четвер, нонфікшен – субота, поезія – неділя, мистецтво – понеділок.

Літературний виклик: челендж, який варто розпочати відео викликом бібліотекаря чи активного читача, який читає уривок із заздалегідь обраної книги. Учасникам необхідно виразно прочитати фрагмент тексту і зняти відео-підтвердження на 3–5 хвилин та надіслати бібліотекарю. З відповідним хештегом бібліотекар має викласти відео в соцмережі. Зйомка може бути постановочною, доцільно використовувати елементи театралізації.

«Книга дня»: кожен день в Storis викладається постановочне фото нової книги з обраним хештегом (наприклад: #УкраїнськийБестселер #СуБІБЛІОТЕЦІ!, #Читай!, #НаКнигуЧЕРГАЗаписати? Одночасно можна провести опитування підписників, чи вони читали цю книгу. До такої форми популяризації книги доцільно залучати волонтерів-старшокласників, які мають навички роботи в соцмережах.

YouTube: створення та представлення на YouTube-каналі бібліотеки: відеороликів за сюжетами книг, відеозаписів сеансів читання вголос, подкастів – озвучених фрагментів тексту книги, трейлерів до фільмів екранізованих творів.

Онлайн-події: *«Читацький стрімінг (Streaming)»* – це відео-зустрічі з авторами книг – письменниками, доступні для перегляду у режимі реального часу через мережу Інтернет. Для організації доцільним буде використання комунікативних сервісів: Zoom, Googl Meet. Як організувати онлайн-подію за допомогою Google Meet див. тут: <https://youtu.be/XODLj04HPFc>.

Доцільно в бібліотеці створити місце доступу до цифрових копій книг УІК. Також доречною буде база гіперпосилань з доступом до електронних зразків книг, буктрейлерів, тощо. Наприклад:

- Читомо: <https://chytomo.com/vitryna-2020-vid-arsenalu-do-forumu/>;

- Букнет: <https://booknet.com/uk>;

- Бібліотека електронних книг українською мовою KnigoGo: <https://knigogo.com.ua/>;

- Букмейт: <https://uk.bookmate.com/>.

Ефективним елементом промоакції стане Event marketing (подієвий маркетинг) – гучні і яскраві заходи, спрямовані на привернення уваги до книг, просування послуг читання, іміджу бібліотеки. Варто звернути увагу на наступні форми роботи:

Квіз «Вгадай книгу за цікавим фактом» – літературні змагання для любителів читання;

«Читаю, бо люблю»: цикл голосних читань з обговоренням книг;

«Книжкова вечірка «Прокачай емоції» – обговорення прочитаних книг, з акцентом на фактах та подіях, які особливо вразили, обмін вербальними рекомендаціями щодо необхідності прочитання;

«П'ятничні (четвергові, суботні...) читання – засідання Книжкового клубу, де проводяться короткі читання книг УІК з коментарем;

«Літературний квест» – інтелектуальна гра, основою якої є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями. Примірний сценарій квеста тут: <http://libr.rv.ua/data/files/123/12aefc3bbda885fe896ec3453c8c2ad6.pdf>.

Флешмоб – заздалегідь спланована масова акція, в якій велика група людей (мобери) раптово з'являється в громадському місці, де протягом декількох хвилин виконує заздалегідь обумовлені дії, несподівані для оточуючих відповідно до сценарію, і потім одночасно швидко розходиться.

Книжковий брейн-ринг – інтелектуальна гра, яка розвиває читацькі, творчі та пізнавальні здібності учасників. Правила гри аналогічні до тих, що і в телевізійному варіанті гри. Будується на матеріалі книг, які заздалегідь прочитані користувачами. Може бути тематичним, за серіями тощо.

Вечір-портрет – комплексний захід, метою якого є знайомство читачів з творчістю письменника або відомої особистості, якій присвячена книга.

Бібліоперформанс (від англ. performance – вистава, спектакль, від perform) – одна з форм акціоністського мистецтва, де твором вважають дії автора, за якими глядачі спостерігають у режимі реального часу.

Бібліо-крос – акція, спрямована на залучення до читання книг з певної теми або за певний час. Виграє той користувач, який прочитає найбільшу кількість книг. Завершується читацьким вечором за участю переможця.

Прем'єра книги – презентаційний захід, головною метою якого є ознайомлення читачів з новою книгою. Варто проводити за участю автора або інших осіб, які сприяли виходу книги в світ: видавця, редактора, упорядника і т.д. Доцільно доповнити автограф-сесією, інтерактивом «Книжкові передбачення», іншими читацькими активностями.

«За кадром культового фільму» – перегляд екранізованих творів з коментованим обговоренням.

Майстер-клас – метод навчання із проведенням конкретного заняття із вдосконалення практичної майстерності, що проводиться фахівцем в певній галузі творчої діяльності (музики, образотворчого мистецтва, літератури, режисури, акторської майстерності, дизайну, ремесла) для осіб, які, зазвичай, вже досягли достатнього рівня професіоналізму в цій сфері діяльності. Також набуття нових прикладних навиків або вдосконалення вмінь, для створення власних робіт з використанням ІТ-технологій, наприклад: відео презентацій, відеороликів, буктрейлерів, подкастів, стрічки часу, хмарини тег тощо.

«Одне місто – одна книга» – загальноміська літературна подія, яка закликає і заохочує членів громади читати та обговорювати одну і ту ж книгу одночасно. Святкування обраної книги включає обговорення, дискусії, спеціальні заходи, натхненні темами книги. Ціль – привернути увагу до

літератури та читання; запропонувати користувачам багатогранний асортимент заходів, пов'язаних з книгою та відчуттям радості від читання, налагоджуючи спільність між поколіннями громади, зробити читання заняттям на все життя та сприяти побудові інтелектуального і грамотного суспільства.

Приклади проведення Акції:

- бібліотеки Сан-Франциско: <https://sfpl.org/books-and-media/read/one-city-one-book-know-my-name/about-one-city-one-book>;

- Рівненська ОУНБ: <http://libr.rv.ua/data/library/img/133.pdf>

Реклама

Проведення прес-конференції, присвяченої старту надходження книг до публічних бібліотек територіальних громад та проведенні мережевих заходів.

• При підготовці і проведенні прес-конференції необхідно врахувати наступне:

• визначитися з датою та часом проведення заходу, підготувати оголошення про подію і розмістити на дошці оголошень у бібліотеці, школі, велелюдних місцях населеного пункту;

• підготувати прес-анонс з логотипом бібліотеки та промокампанії і надіслати до редакцій ЗМІ, в т.ч. інтернет-медіа;

• підготувати і розіслати листи-запрошення керівникам органів влади, членам опікунської ради, партнерам; користувачам, які вже читали книги.

• підготувати презентацію до 5 слайдів, де висвітлити кількість книг, які отримає бібліотека, суму витрат на їх видання та підкреслити безкоштовність отримання їх бібліотекою, розкрити асортимент видань, звернувши увагу на книги місцевих авторів або події, які стосуються Рівненщини і анонсувати значимі заходи щодо їх популяризації, закликавши мешканців громади брати в них участь, тим самим розвиваючи в собі духовно освічену людину. В подальшому з цією презентацією варто виступити на педагогічних радах, депутатських скликаннях, бібліотечних заходах;

• організувати локацію для проведення прес-конференції, де передбачити розміщення трансформного виставкового стенду з отриманими книгами та логотипом #УІК: ЧитайНайкраще, стіл з персональними табличками учасників прес-конференції, місцями для журналістів;

• визначити модератора заходу, який буде готовий спілкуватися з журналістами;

• підготувати і роздрукувати прес-релізи.

Після завершення прес-конференції інформацію про подію необхідно розмістити на сайті бібліотеки, в соціальних мережах.

Важливим елементом промо-кампанії є **зовнішня реклама** – візуальне інформування цільової аудиторії про нові надходження книг від УІК до бібліотеки. Ефективна друкована реклама послужить відвідувачам не один рік і 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 окремі книги, авторські підбірки чи сюжетні наративи. У публічних місцях доречно буде виставити банери, постери. Обов'язковим елементом впізнаваності друкованої продукції має стати логотип промокампанії. 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).

Використані джерела:

1. Форми бібліотечних активностей [Електронний ресурс] // Дніпропетровська обласна бібліотека для дітей [сайт]. – Режим доступу: <http://biblio-child.dp.ua/bibliotechnomu-fakhivtsyu> (дата звернення: 25. 01. 2021). – Назва з екрана.

2. Осваиваем креативные формы работы современной библиотеки [Електронний ресурс] // Амурская областная научная библиотека имени Н. Н. Муравьева-Амурского [сайт]. – Режим доступу: http://www.libamur.ru/sites/libamur/files/kreativnye_formy_raboty_0.pdf (дата звернення: 8. 02. 2021). – Назва з екрана.

3. Українська бібліотечна енциклопедія [сайт]. – Режим доступу: <https://ube.nlu.org.ua> (дата звернення: 25. 01. 2021). – Назва з екрана.

4. Вікіпедія [сайт]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 2. 03. 2021). – Назва з екрана.

Мережевий захід «Рівненщина Читає «...» – регіональна літературна подія, яка закликає членів громади читати та обговорювати одну і ту ж книгу. 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. Обрані книги: Брати Капранови. Паперові солдати; Гридін С. Чужий; Кідрук М. Бот; Кралюк П. Чорна рада; Рогашко А. Львів. Шоколад. Кам'яниці. Вибір книг не випадковий – авторством чи змістом вони пов'язані з Рівненщиною.

Комплекс заходів навколо обраної книги включатиме: анкетування, зустрічі з авторами, дискусійні обговорення, короткі читання, лекції, інтерактиви, майстер-класи, квести та спеціальні заходи, натхненні сюжетною канвою книги.

Алгоритм проведення мережевого заходу

«Рівненщина читає «Паперові солдати» Братів Капранових»

№ п/п	Назва та форма заходу	1 місяць/ дата проведення	2 місяць	Виконавці /Партнери	Цільова аудиторія
Організаційні питання					
1.	Вибір книги	+		Користувачі бібліотечна рада	
	Вебінар	+		Бібліотеки області	
	Пошук партнерів	+		Бібліотечна рада, бібліотекар	
	Підготовка плану основних активностей та рекламних акцій мережевого заходу	+			
	Виготовлення рекламної продукції: банера, кишенькових календарів, рекламівок з активностями заходу	+	+		
2	Опитування громади щодо визначення ступеня обізнаності з книгою	+		Мешканці громади, волонтери, бібліотекар	

3	Підготовка листа-звернення до голови ТГ щодо проведення мережевого заходу у населених пунктах ТГ, придбання примірників книги	+		Бібліотекар	
4	Підготовка проєкту звернення голови ТГ до громади щодо підтримки мережевого заходу	+		Бібліотекар	
	Придбання примірників книг	+		Бібліотекар	
	Організація книжкової виставки				
Активності для користувачів					
	Онлайн-зустріч з авторами книги	+			
	«Паперові солдати: короткі читання по п'ятницях»: читання книги, обмін думками	+	+		
	Цикл тематичних обговорень книги «Паперові солдати»: «Всі українці – уперті мрійники» (...); «УПА і Голлівуд: що об'єднало різні реальності?»; «Щастя українця: Гроші? Жінка? Улюблена робота?!» «Магія Діснеєвського аніматора»	+	+		
	«Хто він – супер-герой інформаційної війни: літературний портрет Ніла Хасевича»	+	+		
	Стиль і оригінальність графіки Ніла Хасевича: погляд сучасного митця: лекція-коментар	+	+		
	Літературні (книжкові) емоції, зачитування	+	+		

	читачами уривків з книги, які їх вразили з коментарем				
	Натхненні книгою: створення демотеки за книгою «Паперові солдати»: вірші, малюнки, колажі, пісні, фотороботи, створені читачами за сюжетом книги				
	«Білосніжка та інші діснеєвські герої: репліки (плітки) за кадром»: перегляд мультфільмів з коментарем				
	Дамбо з душею українця: монолог з майстерні культового мультиплікатора				
	«Ми стали волі на сторожі»: вечір спогадів очевидців про інформаційну боротьбу УПА на Рівненщині				
	Візуальна зброя Ніла Хасевича в інформаційній війні УПА: лекція				
	Митець-повстанець: літературний портрет Ніла Хасевича				
	«Від Костополя до Каліфорнії: вір-тур знаковими місцями книги «Паперові солдати»				
	Квест за книгою «Паперові солдати»				
	«Хмара емоцій»: майстер-клас зі створення хмари тег за книгою «Паперові солдати»				
	Фінальний захід:				

	конкурс читацьких рецензій або інсценівок				
	Зустріч з письменниками, 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 «Рівненщина 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	Щотижня	Щотижня		
	Анонси повідомлень про заходи	Щотижня	Щотижня		
	Фотозвіт про проведені активності	Відповідно до проведених заходів			
	Розсилка інформації про активності бібліотеки педагогам, вихователям дошкільних закладів, студентам, школярам, користувачам.	Щотижня	Щотижня		
	Флешмоб у громадському місті «Бери і читай. Паперові солдати»				
	Опитування мешканців щодо враження про прочитану книгу,				

	побажань щодо				

Література

Матеріали, присвячені Нілу Хасевичу

1. Бабій С. О. Ніл Хасевич – художник-графік ОУН-УПА / С. О. Бабій // Велика Волинь: минуле і сучасне : тези другої регіон. наук.- теорет. конф. 18–20 груд. 1992 р. – Рівне, 1992. – С. 81.
2. Бухало Г. Зустрічі з Нілом Хасевичем у США / Г. Бухало // Волинь. – 2005. – 11 листоп. – С. 1, 2.
3. Бухало Г. Ніл Хасевич : коротка хронологія життя / Г. Бухало // Волинь. – 2005. – 11 листоп. – С. 2.
4. Вакулка А. Ф. Ніл Хасевич – художник-борець / А. Ф. Вакулка. – Рівне : Волин. обереги, 2005. – 67 с.
5. Дубок М. Дюксин на весь світ прославив Ніл Хасевич / М. Дубок // Клеванський тракт. – 2011. – 18 берез. – С. 3.
6. Дьомін М. Мистецтво і зброя Ніла Хасевича : до 100-річчя художника / М. Дьомін // Вітчизна. – 2006. – №7/8. – С. 173–176.
7. Євтушок О. Ніл Хасевич : доля художника, вибір патріота, життя героя... Або Україна у підпіллі / О. Євтушок // Зоря Інфо. – 2018. – № 12/квіт./ – С. 12.
8. Єзерська І. Ніл Хасевич міг стати богемним художником, а обрав шлях повстанця / І. Єзерська // Рівнен. правда. – 2014. – 16 жовт. – С. 6.
9. Єзерська І. Ніл Хасевич. Людина, яка створила візуальний образ УПА / І. Єзерська // Дніпро. – 2014. – № 12. – С. 216–219.
10. Іщук О. Життя і творчість Ніла Хасевича / О. Іщук, І. Марчук ; вступ. ст. укр. та англ. мовами напис. Д. Даревич. – Торонто ; Львів : Літопис УПА, 2011. – 432 с. – (Літопис Української Повстанської Армії. Бібліотека ; т. 10)
11. Карп'юк А. Ніл Хасевич – легендарний лицар свободи (з нагоди 115-річчя від дня народження) / А. Карп'юк // Новини Костопільщини. – 2020. – 28 листоп. – С. 5.
12. Крайлюк Л. Ніл Хасевич в українському мистецтві / Л. Крайлюк. – Рівне : Лапсюк В. А., 2014. – 164 с.
13. Купчик К. Ніл Хасевич – творець бойової графіки УПА / К. Купчик // Вісник Книжкової палати. – 2020. – № 11. – С. 42–44.
14. Намозов, О. Ніл Хасевич / О. Намозов // Мить історії : золоті сторінки Костопільщини / О. С. Намозов. – Рівне : Формат А, 2019. – С. 79–82.
15. Ніл Хасевич у музеї // Костопільщина 21 століття. – 2017. – 10–16 берез. – С. 3.
16. Ніл Хасевич. Воїн. Митець. Легенда : ілюстрований альбом. – Луцьк, 2011. – 100 с.

17. Федоришин М. Останній бункер Ніла Хасевича в Лавріна / М. Федоришин // Волинь. – 2006. – 24 лют. – С. 17.
18. Хасевич Н. А. Найживіша галузь мистецтва : твори / Н. А. Хасевич ; упоряд. І. Нагорна. – Рівне : Азалія, 2009. – 60 с. – (Бібліотечка літературного музею Уласа Самчука в Рівному ; ч. 4)
19. Хасевич Н. Ніл Хасевич: воїн, митець, легенда : [Образотворчий матеріал] / Н. Хасевич ; упоряд. А. Криштальський. – Луцьк : Терен, 2010. – 99 с.
20. Шабаровський В. Деражне пам'ятає Ніла Хасевича / В. Шабаровський // Волинь. – 2012. – 2 берез.
21. Я б'юся різцем і долотом. Ніл Хасевич – повстанець і художник // Волинь в боротьбі. Шляхами нескорених : путівник-довідник / упоряд. В. М. Русанов. – Рівне, 2017. – С. 51–58.

Інтернет-джерела

22. Бухало О. Історичний блог: як Ніл Хасевич вирізав на дереві образ українського підпілля [Електронний ресурс] / О. Бухало // BBC News Україна : [сайт]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/blog-history-38099229> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
23. Відомі невідомі патріоти: Ніл Хасевич : [відео]. – Режим доступу: https://youtu.be/J_0LayDS408 (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
24. Гінда В. За повстанським художником Нілом Хасевичем радянські спецслужби полювали до березня 1952-го [Електронний ресурс] / В. Гінда // Gazeta.ua : [сайт]. – Режим доступу: <https://tinyurl.com/yfpf8gmf> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
25. Гравюри художника УПА потрапили до Музею Великої вітчизняної війни [Електронний ресурс] // УНІАН : [сайт]. – Режим доступу: <https://tinyurl.com/yerv3c5o> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
26. Даревич Д. Гроші УПА – графічні шедеври Ніла Хасевича [Електронний ресурс] / Д. Даревич // Бібліотека українського мистецтва: [сайт]. – Режим доступу: <http://uartlib.org/groshi-upa-grafichni-shedevri-nila-hasevicha> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
27. До 50-річчя УПА. Здобути або не бути / автор сценарію, режисер Михайло Ткачук : [відео]. – Режим доступу: <https://youtu.be/YWjPc88sUCQ> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
28. Єзерська І. Ніл Хасевич. Людина, яка створила візуальний образ УПА [Електронний ресурс] / І. Єзерська // Історична правда : [сайт]. – Режим доступу: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2011/03/4/28939/> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.
29. Історична правда з Вахтангом Кіпіані: Справа Ніла Хасевича : [відео]. – Режим доступу: <https://youtu.be/WhrQ5kFlXew> дата звернення: 25.02.2021). – Назва з екрана.

30. Коваль І. Шедеври Ніла Хасевича переховували у бідоні [Електронний ресурс] / І. Коваль, А. Яцків // Голос з-над Бугу : [сайт]. – Режим доступу: <https://tinyurl.com/yeq693us> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

31. Крайлюк Л. Особливості графіки Ніла Хасевича в часописах 30-х років ХХ століття: рецепція полістилізму [Електронний ресурс] / Л. Крайлюк // Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії : зб. наук. пр. – Київ : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2009. – Вип. 9. – С. 30–35 // Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/16914/07-Kraylyuk.pdf?sequence=1> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

32. Роботи Ніла Хасевича доступні онлайн: 47 робіт головного художника Української повстанської армії виклали у вільний доступ на сайті Електронного архіву Українського визвольного руху [Електронний ресурс] // Історична правда : [сайт]. – Режим доступу: <https://www.istpravda.com.ua/short/2020/12/23/158722/> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

33. Справа Ніла Хасевича : [фільм].– Режим доступу: <https://youtu.be/78glNKAdkhI> (дата звернення: 25.02.2021). – Назва з екрана.

Фільми. Відео

34. Хасевич Ніл – «Зот» [Електронний ресурс] // Електронний архів Українського визвольного руху : [сайт]. – Режим доступу: <http://avr.org.ua> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

35. Хасевич Ніл Антонович [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія : [сайт]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>. (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

36. Черкаська Г. Ніл Хасевич: «Я хочу, щоб світ знав, що визвольна боротьба триває, що українці борються...» [Електронний ресурс] / Г. Черкаська // UaModna : [сайт]. – Режим доступу: <https://tinyurl.com/yducqoqh> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

Матеріали, присвячені Біллу Титлі

37. Запорожець С. Володимир Титла: український аніматор Діснея [Електронний ресурс] / С. Запорожець // DOJO. – [сайт]. – Режим доступу: <https://dojo.ua/volodymyr-tytla-ukrainskyj-animator-disneia> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

38. Карнаухов С. «В студії Діснея мене показалося, що я попав в сумасшедший дом!» – признавался художник Владимир Титла [Електронний ресурс] / С. Карнаухов // Факты и комментарии. – [сайт]. – Режим доступу: <https://culture.fakty.ua/210706-v-studii-uolta-disneya-mne-pokazalos-hto-ya-popal->

[v-sumasshedshij-dom-priznavalsya-hudozhnik-vladimir-titla/](#) (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

39. Титла Володимир Петрович [Електронний ресурс] // Регіональний інформаційний портал «Тернопільщина»: [сайт]. – Режим доступу: <https://irp.te.ua/ty-tla-volody-my-r-petrovy-ch/> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

40. Шевелєва М. Білл Титла – Діснеївський гігант із України [Електронний ресурс] /М. Шевелєва // Український інтерес : [сайт]. – Режим доступу: <https://uain.press/blogs/bill-tytla-disneyivskyj-gigant-iz-ukrayiny-1100102> (дата звернення: 24.02.2021). – Назва з екрана.

