

# SKAITYMO SKATINIMO IR VAIKŲ KNYGOS POPULIARINIMO STRATEGIJOS LIETUVOS BIBLIOTEKOSE

Laura Arnotaitė, Džiuljeta Maskuliūnienė  
Šiaulių universitetas, Humanitarinis fakultetas

## Įvadas

Dar prieš 10–15 metų niekas nesitikėjo, kad knyga, ypač vaikiška, taps vienu svarbiausiu rinkodaros objektu ir tarnaus prekybinėms operacijoms, tačiau knygų verslas yra vienas galingiausių ir agresyviausių tiek Lietuvoje, tiek ir pasaulyje. „Šiandien knygos vis dar parduodamos knygynuose, tačiau atsirado ir daug įvairių vietų, kuriose jau prekiaujama knygomis“ (Baverstock, 2002, p. 13). Jau nieko nestebina atskiri knygų skyriai prekybos centruose, knygų mugės ir parodos mokslo ar darbo vietose. Leidybos rinkodara užsiimama visur, kur tik motyvuota tikslinė auditorija (skaitytojai) gali pasiekti prekę.

Spartėjantis gyvenimo tempas ir didėjanti konkurencija diktuoja sąlygas ne tik komercinėms įstaigoms, bet ir valstybinėms, viešosioms institucijoms. Daugelis jų, taip pat ir bibliotekos, turi kovoti dėl tikslinės auditorijos dėmesio. Tą kovą moksliškai galima vadinti ryšių su visuomene palaikymu (RSV). Nors ši RSV sritis Lietuvos bibliotekose plėtojama dar visai neseniai, tačiau jau pastebimos nusistovėjusios, tradicinėmis tampančios veikimo strategijos. Audronė Glosienė, mokomosios knygos „Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams“ autorė, pabrėžia, kad visavertį profesijos ir įstaigos įvaizdį bibliotekininkai ir bibliotekos gali su(si)kurti tik stiprindami vidinius bei išorinius ryšius su visuomene (Glosienė, 1999, p. 13–14). Tikslingas darbo strategijų įgyvendinimas – veikla siekiant motyvuoti žmones skaityti ir naudotis bibliotekų teikiamomis paslaugomis – kiekvieno XXI a. bibliotekininko kasdienybė. Šiandien bibliotekos darbuotojui nebeužtenka atlikti tradicines funkcijas, kurios nurodomos Lietuvos Respublikos bibliotekų įstatyme: „Dokumentų kaupimas, tvarkymas, sisteminimas ir saugojimas, galimybės naudotis viešaisiais informacijos šaltiniais užtikrinimas <...>“ (Lietuvos Respublikos bibliotekų įstatymas). Bibliotekoms tenka žingsnis po žingsnio padėti visuomenei išsikaupti iš kompiuterinio, virtualaus pasaulio ir vėl atrasti knygą. RSV palaikymas, originalūs knygos populiarinimo būdai padeda bibliotekininkui sudominti skaitytoją ir supažindinti jį su literatūrinėmis naujovėmis.

Straipsnio *tyrimo objektas* – Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo Vaikų literatūros centro

(VLC), Šiaulių apskrities Povilo Višinskio Vaikų literatūros skyriaus (VLS), Mažeikių rajono savivaldybės viešosios bibliotekos Ukrių kaimo filialo ir Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekų vaikų knygų viešinimo ir skaitymo skatinimo strategijos 2010–2011 metais. Interviu apie bibliotekininkų taikomas strategijas, populiarinant vaikų knygas, dalyvavo M. Mažvydo bibliotekos VLC direktorė Aldona Augustaitienė, Šiaulių P. Višinskio bibliotekos VLS vedėja Aldona Šiaulienė, Ukrių kaimo bibliotekos vyresn. bibliotekininkė Valda Muravjovienė ir Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekos vedėja Janina Songailienė.

Analizei pasirinkta keturių tipų bibliotekų (nacionalinės, apskrities, savivaldybės ir mokyklos) knygų populiarinimo patirtis. Tai leis palyginti bei susidaryti visuminį, tikslesnį tiriamosios bibliotekų veiklos vaizdą.

*Darbo tikslas* – aptarti ir palyginti Lietuvos bibliotekose vyraujančias vaikų knygų sklaidos formas bei išanalizuoti originaliausias ir efektyviausias knygų populiarinimo ypatybes aptariamose bibliotekose.

*Uždaviniai*: Remiantis bibliotekų darbuotojų interviu medžiaga, išsiaiškinti jų požiūrį į vaikų knygų reklamą masinės komunikacijos priemonėse; pateikti labiausiai paplitusias vaikų knygų populiarinimo formas; išskirti ir palyginti efektyviausius ir originaliausius šių bibliotekų vaikų knygų populiarinimo būdus.

*Metodika*. Straipsnis remiasi trianguliacijos principu. Praktinė dalis tirta pusiau standartizuotu ekspertų interviu ir deskriptyviniu metodais. Tai pat pasitelkiama interpretacinė ir komparatyvistinė žiūra į analizuojamą objektą.

## Reklama televizijoje ir radijuje. Ekspertų nuomonės

Ankstyvojoje vaikystėje (2–4), vėlyvojoje vaikystėje (4–6) ir pradiniam mokykliniam amžiui (6–12 metų) vaikai tampa lengviausiai reklamos kūrėjų paveikiama auditorija (Beresnevičienė, 2003, p. 33). Amerikietė psichologė Rebeka Klei (Rebecca Clay) tvirtina, kad 3–7 metų vaikai siekia susitapatinti su reklamos herojumi, o 8–12 metų – labiausiai

siekia reklamuojamus daiktus kolekcionuoti (Clay). Mažieji negeba kritiškai vertinti komercinės reklamos pagrindinio tikslo – pardavimų skatinimo ir reklamines situacijas siekia atkartoti gyvenime, o tam dažniausiai prireikia daugybės konkrečių (reklamuotų) daiktų. Tačiau esama komercinės reklamos, kuria, siekiant savų tikslų, skatinama ir pasitarnaujama kultūrinei, šviečiamajai sferai. Vienos tokių reklamų – knygų.

Vaikų knygų reklama, kuri transliuojama masinėmis komunikacijos priemonėmis ar yra publikuojama specializuotuose vaikiškuose leidiniuose, atlieka pažintinę funkciją. Tačiau ne visos šiuo būdu populiarinamos knygos turi estetiinę-šviečiamąją vertę. Televizijos ar radijo reklamos užsakovui (dažniausiai leidyklai), pardavus prekę, svarbiausia – padengti bendrąsias gamybos, sandėliavimo bei logistikos sąnaudas, o sėkmės atveju – pasipelnyti. Knygos ugdomoji (ne)vertė lieka tik autorių bei leidėjų kompetencijoje, todėl neretai pasitaiko atveju, kad knygos reklama (spalvinga, patraukli) kokybe lenkia patį kūrinį. Tokiu atveju mažieji skaitytojai ir tėvai, kokybiškos reklamos sudominti, tiki, kad išliaupsinta prekė (knyga) garantuotai atitinka nerašytus bendruosius vaikų knygos turinio, estetikos reikalavimus. Bibliotekos, norėdamos išvengti galimo tapatinimo su komercinių tikslų siekiančiomis įmonėmis ar asmenimis, vaikų knygoms populiarinti dažniau renkasi kitas priemones bei strategijas.

Nacionalinės Martyno Mažvydo VLC direktorė A. Augustaitienė reklamos ir knygos sąsajas vertina skeptiškai, anot jos, reklamuojant knygą, svarbiau – realus bendravimas su vaikais ir juos supančiais žmonėmis (bibliotekininkais, mokytojais, tėvais, seneliais), o tam esama ir kitų, originalesnių bei paveikesnių priemonių, tačiau pripažįsta teigiamą televizijos ir radijo reklamos pusę, skleidžiant informaciją apie nacionalinius renginius, konkursus, seminarus, parodas ir kitą su knygos viešinimu susijusią veiklą (Augustaitienė, interviu). Televizija – masinės komunikacijos priemonė, kuria skleidžiama informacija, greitai pasiekia tikslinę auditoriją nacionaliniu mastu.

Televizijos, radijo reklama – brangi paslauga, todėl dažniausiai bibliotekos darbuotojai ieško pigesnių būdų informacijai apie būsimus renginius viešinti, o nacionalinei ar vietinei televizijai, radijui tik suteikia reikiamą informaciją apie jų organizuojamo renginio datą, laiką, vietą ir numatomą veiklą. „Susi-domėję žurnalistai dažnai atvyksta ir nemokamai parengia reportažą, kuriuo informuoja visuomenę apie renginį bibliotekoje“, – teigia Mažeikių rajono savivaldybės Ukrainų kaimo vyresn. bibliotekininkė Valda Muravjovienė (Muravjovienė, interviu). Tokia informacija televizijoje ar radijuje tampa paveikiausia

netiesiogine reklama. Netiesioginė reklama – įvilktą į informacinį rūbą, yra daug įtaigesnė nei tiesioginis skatinimas dalyvauti, skaityti ar pirkti.

Amerikoje buvo atliktas tyrimas, kurio metu 3–6 ir 6–12 metų vaikams buvo rodomos dvi reklamos ir prašyta jų nustatyti, kuri esanti komercinė, o kuri socialinė (prieš tai paaiškinus šių sąvokų reikšmę). Rezultatai parodė, kad mažieji šiuos dalykus ima skirti tik gerokai ūgtelėję (McLaughlin). Vertinant respondenčių nuomonę apie televizinę reklamą, galima teigti, kad vaikų knygas populiarinančios Lietuvos bibliotekos nesinaudoja (arba naudojami tik išimtiniais atvejais) *televizijos ir radijo reklamos* strategija ne vien dėl kainos, bet daugiausia įvertinusios faktą, kad vaikai nesugeba identifikuoti pirminės reklamos paskirties.

### Populiariausios skaitymo skatinimo ir knygos garsinimo strategijos

Kiekviena biblioteka turi tik jai būdingų vaikų knygos populiarinimo galimybių, taigi ir kitų strategijų. Nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos VLC darbuotojų galimybės – didžiausios, jų tikslinė auditorija yra plačiausia ir apimanti visos Lietuvos bibliotekas bei jų tikslines auditorijas. Mokyklos biblioteka orientuojasi į konkrečiai apibrėžtą vietos mokinių, mokytojų ir tėvų bendruomenę, todėl esama daug funkcinių skirtumų, kurios ypač išryškėja lyginant nacionalinę, apskričių ar rajonų filialines ir mokyklinių bibliotekų ryšių su vaikais palaikymo strategijas.

Bibliotekos, siekdamos populiarinti knygas, turi tinkamai vykdyti ekstensyvią veiklą. „Ekstensyvio veiklos tikslas yra paversti biblioteką visuomenės gyvenimo centru, skatinti skaityti, ugdyti literatūrinį skonį, patraukti vaikus į biblioteką“ (Glosienė, 1998, p. 77). Pagrindinės ir dažniausiai Lietuvos bibliotekose aptinkamos ekstensyvio veiklos, kuriomis siekiama padėti vaikams atrasti knygą, yra įvairios skaitymo skatinimo programos, skaitymo klubai.

2006–2011 metais Kultūros bei Švietimo ir mokslo ministerijos ėmė vykdyti „Skaitymo skatinimo programą“, kurios tikslas – „<...> skatinti įvairaus amžiaus ir socialinių grupių gyventojus daugiau skaityti, gerinti jų skaitymo įgūdžius, taip pat kelti skaitymo prestižą“ (Skaitymo skatinimo programa), o 2008-ieji metai Lietuvos Respublikos Vyriausybės buvo paskelbti „Skaitymo metais“. 2008 metais patvirtinta „Skaitymo skatinimo programa“ ragino „<...> ugdyti kūrybišką, tobulėti siekiančią, kritiškai mąstančią, pilietiškai atsakingą asmenybę“ (Lietuvos Respublikos nutarimas dėl Skaitymo skatinimo programos patvirtinimo), todėl ypatingas dėmesys programos įgyvendinimo metu buvo skiriamas motyvuoti vaikus skaityti. Tuo tikslu buvo sukurta internetinė svetainė vaikams <[123](http://vaikams.skaity-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

mometai.lt/>, kurioje buvo nuolat atnaujinama informacija apie vaikų knygas, renginius, publikuojamos jų kurtos eilės, proza ir t. t.

Daugiausia „Skaitymo skatinimo programos“ laikotarpiu (2006–2011 m.) renginių organizavo Martyno Mažvydo bibliotekos VLC darbuotojai. Bibliotekininkai rengė *tekstų skaitymus* ne tik VLC, bet ir Vilniaus miesto darželiuose (lopšelyje-darželyje „Švelnukas“ popietė „Knygų pasaulyje“ ir kt.), mokyklose (Vilniaus „Šaltinio“ pagrindinėje mokykloje 2011 sausio 25 d. organizuoti vaikų knygų skaitymai). VLC ir Lietuvos IBBY skyriaus organizuoti ir kasmetiniai Prano Mašiotų skaitymai, kuriuose literatūrologai, bibliotekininkai, knygotyrininkai, kultūros darbuotojai, vertėjai, edukologai ir kt. diskutuoja įvairiomis vaikų literatūros ir skaitymo kultūros formavimo Lietuvoje temomis. Taip pat kasmet rengta programa *Vaikų knygų dienos* paminėti, kurioje itin svarbią vietą užima ir naujausių knygų tekstų skaitymai.

Šiaulių P. Višinskio bibliotekos VLS darbuotojai tapo *akcijos* „Knygų Kalėdos“ idėjos iniciatoriai. VLS darbuotojai ne tik Šiaulių mieste, bet ir visoje Lietuvoje prisidėjo prie knygos ir skaitymo populiarinimo. Vaikai vasarą bibliotekoje rašė laišką Lietuvos Respublikos Prezidentei Daliai Grybauskaitė su prašymais ir palinkėjimais.



**1 pav.** Laiškas Prezidentei  
Nuotrauka iš asmeninio P. Višinskio bibliotekos VLS vedėjos A. Šiaulienės archyvo

Šiauliečių laiškas paskatino Prezidentę Dalią Grybauskaitę inicijuoti akciją „Knygų Kalėdos 2011“, kurios metu Lietuvos piliečiai buvo raginami: „<...> padovanokite naujų knygų arba atneškite iš namų jau skaitytų, tik ne senų, o tų, kurių labiausiai laukia bibliotekos“ (Knygų Kalėdos).

Šiaulių apskrities Povilo Višinskio VLS dar-

buotojai, kiekvienos *Tarptautinės vaikų knygų dienos* proga (balandžio 2-ąją) kviečia jaunuosius skaitytojus originaliai pristatyti labiausiai patikusią knygą, taip sužinoma, kurios knygos labiausiai įsiminė jų bendraamžiams. *Knygos pristatymo būdą* vaikai su vadovais (mokytojais, darželių auklėtojais) renkasi patys. Dažniausiai knygą siekiama pristatyti sinkretiškai, t. y. derinant vaidybą, muziką, dainą, šokį, raiškųjį deklamavimą ir kt.

Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekoje *rengiami mokinių kūrybos skaitymai*, o Mažeikių rajono savivaldybės Ukrainų kaimo filialo bibliotekoje vieni populiariausių renginių – taip pat tekstų skaitymai, kurie vyksta net keletą kartų per metus. Labiausiai kaimo vaikų pamėgti skaitymai vyksta *Knygnešio diena* (kovo 16-ąją). Tekstų skaitymai, pavadinti „Kovoje dėl lietuviško žodžio“, tapo tradiciniu bibliotekos renginiu.



**2 pav.** Kovoje dėl lietuviško žodžio  
Nuotrauka iš asmeninio Ukrainų kaimo vyresn. bibliotekininkės V. Muravjovienės archyvo

Ukrinų bibliotekoje renginio metu išaiškina mas jaunasias metų knygnešys. Po paskaitos apie knygnešystę ir vietinius knygnešius vaikai eina į kaimo kapines ir deklamuoja eiles. Bibliotekos tradicija tapo ir Marijos Pečkauskaitės (Šatrijos Raganos) gimimo dienos (kovo 8-ąją) paminėti rengiami jos kūrybos skaitymai netoli kaimo esančiame rašytojos muziejuje ar koplyčioje, kurioje ir palaidota garsioji kūrėja. *Skaitymų garsu* naudą (*ne*)*tradicinėse vietose* 2012 m. Vilniaus knygų mugėje vykusioje diskusijoje „Visa Lietuva skaito vaikams – auklėjimas skaitant“ pabrėžė ir viešnia iš Čekijos Eva Katrušakova. Anot jos, būtina vaikus pratinti skaityti garsiai, nes taip vaikas lavina tartį, gerina komunikacinius įgūdžius, o netradicinė skaitymo vieta, aplinka tik padeda juos motyvuoti ir kaskart suteikia naujų potyrių (Katrušakova).

Populiaria knygos sklaidos strategija Lietuvos bibliotekose galima įvardyti ir *lėlių teatrų* bei *pasa-*

*kų inscenizacijas.* Personažai susitikimų su vaikais metu diskutuoja ir ragina juos paskaityti vieną ar kitą knygą. Povilo Višinskio bibliotekos knygų pristatymų vaikai neįsivaizduoja be pamėgtų personažų: varnos Albertinos, paršiuko Kriu Kriu ar Raganaitės, o 2011 m. buvo organizuota ir *knygų veikėjų eiseną* miesto bulvare.



**3 pav.** Knygos veikėjų eitynės  
Nuotrauka iš asmeninio P. Višinskio bibliotekos VLS  
vedėjos A. Šiaulienės archyvo

Eisenos metu 350 dalyvių turėjo įveikti įvairias stotelėse įrengtas kliūtis ir pasiekti miesto Amfiteatrą. Susipažinta su 27 knygomis. Anot skyriaus vedėjos A. Šiaulienės, populiariausias eitynių personažas – Pepė Ilgakojinė arba kiti Astridos Lindgren kūrininių veikėjai (Šiaulių Povilo Višinskio viešoji biblioteka).

M. Mažvydo bibliotekos renginiuose galima sutikti berniuką Žirniuką ar šunelį Pifą, kurie vaikams pristato knygas, skaito prozą, deklamuoja eilėraščius, žaidžia su jais.



**4 pav.** Berniukas Žirniukas  
Nuotrauka iš M. Mažvydo bibliotekos VLC internetinio  
puslapio (13)

Lėlių teatras, pasakų inscenizacija – Martyno Mažvydo bibliotekos vaikų džiaugsmas. Lėlės – vai-

kystės simbolis, o vaikystė asocijuojasi su žaismingumu, neišsenkančia nuotaika bei energija. Knygas pristatančios lėlės, pasakų personažai tampa lyg vaikų bendraminčiai, suprantą jų poreikius. Anot R. Kišūnaitės, „<...> vaikiškose knygose didžiausias emocinis ir informacinis krūvis tenka iliustracijoms“ (Kišūnaitė, 2007, p. 282), o bibliotekininkams, siekiantiems sudominti ir įtikinti vaikus, renginio metu svarbiausiu uždaviniu tampa tinkamo vizualinio sprendimo pasirinkimas. Vaiko kalba – vaizdų kalba.

*Parodos* – labai svarbus ir paveikus skaitymo skatinimo būdas, nors iš pirmo žvilgsnio paroda ir skaitymas nėra tarpusavyje susiję. Paroda (nebūtinai knygų) padeda vaikui ugdyti meninį suvokimą, lavina jo vaizduotę. Noras dalyvauti parodoje motyvuoja susipažinti su jos tematiką atitinkančiais kūriniais, todėl labai svarbus šios strategijos veiksnys – tinkamas temos parinkimas. Knygų ir meninių darbų, susijusių su vaikų knyga, parodos rengiamos visose bibliotekose. Kaimo bibliotekoje dažniausiai eksponuojamos parodos, kurių tikslas – priminti vaikams svarbiausius rašytojų (Astridos Lindgren, Marrijos Pečkauskaitės ir kt.) gyvenimo įvykius ir biografijos faktus. Parodos Ukrainų bibliotekoje keičiamos kas mėnesį. Ne vieną parodą rengė ar temą jai pasiūlė patys vaikai.

2010–2011 metais Šiaulių P. Višinskio bibliotekos VLS bibliotekininkai mažiesiems skaitytojams pristatė net 12 teminių parodų, pavyzdžiui: „Berniukai – knygų veikėjai“, „Meškiukai vaikų literatūroje“, „Šiurpios knygos“, „Kalėdinės istorijos“ ir pan., o M. Mažvydo bibliotekoje parodos – vienas dažniausių knygos populiarinimo būdų. Bibliotekoje parodas rengia ne tik darbuotojai, bet ir skaitytojai. 2011 spalį Mikalojaus Konstantino Čiurlionio menų mokyklos IV b klasės mokiniai bibliotekoje eksponavo dailės darbų parodą pagal Ramutės Skučaitės eilės, „Noriu, kad pasaulyje būtų gražiau...“. Tos pačios mokyklos pirmokai bibliotekoje surengė piešinių parodą „Žiema miške“ ir kt. M. Mažvydo bibliotekoje organizuojamos ir karpinių, tapybos, lipdybos teminės parodos, kuriose dalyvauja ne tik mokyklinio amžiaus vaikai, bet ir darželinukai. 2011-06-02 surengta Vilniaus vaikų darželio „Beržynėlis“ „Pelėdžiukų“ grupės vaikų piešinių paroda „Margaspalvė vasarėlė“.

*Knygų pozicionavimas* – kiekvienos bibliotekos naudojama vaikiškos knygos reklaminė strategija. „Pozicionavimas – tai idėja, padedanti spręsti sudėtingą problemą, kaip būti išgirstam informacija ir galimybėmis perkrautoje visuomenėje“ (Ries, Trout, 2005, p. 17). Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekoje parodomosios knygos eksponuojamos atskiroje knygų lentynoje, ant kurios užrašomas parodos pa-

vadinimas arba pabrėžiama, kad šioje lentynoje dedamos pripažintos, skaitomiausios knygos. Ukrainų kaimo bibliotekoje naujausios ir skaitomiausios knygos dedamos ne tik geriausiai matomoje lentynoje, bet neretai ir ant specialaus stalelio, dekoruoto spalvingais rankdarbiais. Šiaulių Povilo Višinskio bibliotekoje rekomenduotinos knygos strategiškai eksponuojamos matomiausioje vietoje besisukančiose lentynose. Knygos bibliotekose pozicionuojamos įvairiai: išdėstomos matomiausiose vietose, šalia pateikiama trumpa knygos anotacija su kritikų citatomis ar eksponuojamo autoriaus knygos ištraukomis, biografijos faktais, išskiriamos skaitomiausių, naujausių knygų lentynos ir kt. Stengiamasi, kad vaikui būtų lengviau pasirinkti gerą, ugdomosios vertės nestokojantį kūrinį. Ne visi mažamečiai pasikliauja bibliotekininkų ar draugų siūlymais, todėl dažnu atveju informacinis užrašas apie geriausias, skaitomiausias, populiariausias, naujausias knygas neapsisprendusiam skaitytojui padeda pasirinkti. Vaiko manymu, jis pasirinko pats, tačiau iš tiesų jo pasirinkimas buvo nulemtas minėto strateginių bibliotekos darbuotojų veiksmų padarinys (kurias knygas dėti į vardines lentynas, kurių nedėti, bibliotekininkas nusprendžia individualiai).

Visuotinė analizuojamų bibliotekų knygų eksponavimo taktika – išskirti *Metų knygų rinkimuose* dalyvaujančias knygas. Vaikai – labai smalsūs ir žingeidūs, todėl jiems aktualu perskaityti ekspertų siūlomus kūrinius ir dalyvauti Metų knygų rinkimuose. Martyno Mažvydo bibliotekoje įprasti nominuotų knygų pristatymai abonemente, kada darbuotojai parengia informacinį stendą apie šias knygas ir jų autorius. Taip pat bibliotekos darbuotojai važiuoja į darželius, mokyklas pristatyti nominuotų knygų. 2011 m. Metų knygas bibliotekos darbuotojai pristatė Abraomo Kulviečio vidurinėje, Genio pradinėje mokyklose ir kt. Kitos bibliotekos nominuotas Metų knygas eksponuoja atskiruose stenduose ar knygų lentynose. Vaikų noras dalyvauti akcijose, prisidėti prie geriausios knygos rinkimų – didžiulė pagalba bibliotekininkams, siekiantiems, kad vaikai skaitytų tik gerą, ekspertų teigiamai įvertintą literatūrą.

*Viktorinos*, kaip ir parodos, Metų knygų rinkimai, motyvuoja vaikus ruoštis iš anksto ir perskaityti ne vieną knygą iki renginio, todėl bibliotekose apie viktorinas pranešama likus mažiausiai mėnesiui, o dažniausiai net pusmečiui. Viktorinas rengia Martyno Mažvydo ir Povilo Višinskio bibliotekos. Šiaulių P. Višinskio bibliotekos VLS 2010–2011 m. surengė vaikams net 10 skirtingų viktorinų. Įprasta, kad viktorinos nugalėtojai – apdovanojami, todėl prizas, o dar labiau pagyra už žinias vaikui suteikia stimulą stengtis uoliau skaityti. R. Aškinienė teigia, kad pagyrimas tampa didžiausiu apdovanojimu vaikui ir stimuliuoja jį stengtis dar labiau (Aškinienė). *Pagyra*

– svarbi skaitymo skatinimo forma, kuri tampa ne tik laimėtojo įkvėpimo šaltiniu, bet dar daugiau suteikia jėgų ir noro tiems, kuriems nepasisekė. Giriamasis, raginamasis žodis motyvuoja juos nepasiduoti ir nevertinti savo galimybių.

Vaikui būtina turėti žmogų – idealą. Kadangi kultūra yra pagrindinė žmogaus socializacijos sritis, todėl ir bibliotekų siekis, kad vaikai tinkamai pasirinktų kultūrinius herojus, kurie padėtų formuoti jauno žmogaus vertybes, elgesio normas, skaitymo tradiciją, yra labai svarbus. Audronė Juodaitytė knygoje *Socializacija ir ugdymas vaikystėje* atkreipia dėmesį į tai, kad „Išgalėjus materialinėms vertybėms, būtina specialiomis priemonėmis aktyvinti asmenybės sąveiką su dvasinėmis (idealiomis) visuomenės vertybėmis <...>“ (Juodaitytė, 2003, p. 55–56). Martyno Mažvydo Vaikų literatūros centro ir Šiaulių Povilo Višinskio Vaikų literatūros skyriaus bibliotekų darbuotojai, siekdami knygos populiarinimo ir kultūrinės vaikų socializacijos, rengia *susitikimus* su rašytojais. P. Višinskio bibliotekoje svečiavosi Vytautas Račickas, Urtė Uliūnė, 2011 m. lapkričio mėn. – rašytoja Nijolė Kepenienė. M. Mažvydo biblioteka organizavo keletą susitikimų su rašytoja Alma Karosaite, Gintare Adomaityte ir t. t. Taip pat biblioteka organizuoja susitikimus ir darželiuose bei mokyklose. 2011 m. sausį Vilniaus Žemynos pagrindinės mokyklos mokiniai susitiko su rašytoja Urte Uliūne. Prieš susitikimą su knygų kūrėjais vaikai perskaito ne vieną jų išleistą knygą, susipažįsta su biografiniais duomenimis, ruošiasi būsimoms diskusijoms, noriai klausia ir negaili rašytojams patarimų bei idėjų būsimoms jų knygoms. Ši bibliotekų knygų populiarinimo strategija tampa ir kultūrinės socializacijos priemone, kuria siekiama pasiūlyti vaikui tinkamą asmenį (ar literatūrinį personažą), teigiamą pavyzdį, į kurį jis galėtų lygiuotis. Tinkamų vertybinių nuostatų, elgesio, moralės normų afišavimas asmeninio gyvenimo pavyzdžiu ar kūryba – stiprus pamatas siekiant ugdyti dvasinei kultūrai neabejingus piliečius.

Visos 4 analizuojamos bibliotekos daug dėmesio vaikų knygų populiarinimo strategijose skiria tėvams, nes vaikų skaitymo kultūra formuojama ne tik bibliotekoje ir mokykloje, bet pirmiausia šeimoje. Nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos VLC darbuotojai *tėvų pažintį su vaikų literatūros naujovėmis* ir skaitymo nauda laiko vienu būtiniausių savo darbų. 2005 m. šioje bibliotekoje buvo išleistas leidinukas tėvams „Skaitykime savo vaikams“, kuri bibliotekininkai dovanojo civilinės metrikacijos skyriuose tėvams, atėjusiems pasiimti vaikų gimimo liudijimų. Leidiniai buvo dalijami ir darželiuose, buvo surengtas ne vienas *seminaras, susitikimas, paskaita*. Vienas tokių – „Ugdykime jaunąją skaitytoją“. Bibliotekos direktorė A. Augustaitienė teigia, kad

didžiausias jų pasiekimas tėvų pažinties su vaikiškėmis knygomis veikloje – iškovota teisė dalyvauti darželiuose ir mokyklose vykstančiuose tėvų susirinkimuose, kur bibliotekininkės aptaria vaikų knygos leidybos tendencijas, knygas, vertas dėmesio, ir menkaverčius kūrinėlius, nerekomenduojamus vaikui skaityti. Šiaulių Povilo Višinskio bibliotekoje irgi organizuojamos tėvų pažintys su vaikų literatūra. Bibliotekos vedėja A. Šiaulienė tėvų supažindinimą su vaikų literatūra įvardija kaip bibliotekos siekiamybę. Vaikų literatūros skyriuje organizuojamos šeimų popietės, rengiami seminarai darželiuose, o kadangi vaikui reikalingas teigiamas pavyzdys – bibliotekininkės vaikams pasiūlo knygų parnešti ir tėveliams. Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekos vedėja J. Songailienė atėjusius į mokyklą tėvus informuoja apie vaikų skaitomas knygas, dalykiškai išsako pastebėjimus ir patarimus, ką daryti, kad vaikas noriau skaitytų, o svarbiausia – skaitytų gerą literatūrą. V. Muravjovienė – Ukrainų kaimo bibliotekininkė teigia, kad pažinodama visus vaikų tėvus, labai dažnai diskutuoja apie jų vaikų skaitymo kultūrą, rengia susitikimus, kuriuose tėvelius ar senelius informuoja apie skaitymo reikšmę vaiko gyvenime, ragina skaityti drauge su mažaisiais, o svarbiausia – perskaičius diskutuoti ir kartu aptarti literatūros kūrinių. Ž. Dargužytė pažymi, kad auklėjimas – tai sudėtinė veikla, apimanti specifinį tėvų elgesį su vaiku ir daranti įtaką vaikų ugdymui (Dargužytė). Tėvai, šeima – asmenybės formavimosi pamatas, todėl bibliotekų skiriamas ypatingas dėmesys tėvų švietimui vaikų literatūros klausimais – būtina ir efektyvi strategija, siekiant vaikams įskiepyti meilę knygai ir skaitymui, o šios vertybės pirmiausia turi būti demonstruojamos šeimose.

Kaip populiaros skaitymo skatinimo ir knygos sklaidos programos bibliotekose įvardijami *skaitomiausių knygų sąrašai* bibliotekų internetiniuose puslapiuose; *Šiaurės šalių bibliotekų savaitė; projektai; popamokinė veikla; skaitymo ir literatūriniai būreliai*; bendraminčių, draugų, mokytojų, tėvų, bibliotekininkų *rekomendacijos; kompiuteriniai bibliotekose*, kuriais naudodamiesi vaikai domisi knygų leidyba Lietuvoje, skaito žurnalų „Rubinaitis“, „Žimiukas“ el. versijas ir kt. Kaip matyti, strategijų esama įvairių ir kuo jų daugiau, tuo bibliotekose panaudojama originalesnių, dinamiškesnių, o svarbiausia – veiksmingų būdų joms realizuoti.

### Efektyvios strategijos

Originaliausius ir efektyviausius vaikų knygos populiarinimo būdus skirtingų lygių bibliotekos įvardijo nevienodai. Strategines viešinimo skirtybes dažniausiai lemia tikslinės auditorijos dydžiai, netapačios bibliotekų funkcijos, darbuotojų skaičius, vie-

ščiavė ir nevienodas darbo laikas (Ukrinų kaimo biblioteka dirba 5 dienas (antradieniais–šeštadieniais) po 5 val., Juventos progimnazijos – penkias dienas (pirmadieniais–penktadieniais) po 7 val., Šiaulių Povilo Višinskio VLS – 5 dienas (pirmadieniais–penktadieniais) po 8 val., o Martyno Mažvydo VLC – 6 dienas (pirmadieniais–šeštadieniais) po 8 val. per dieną).

Martyno Mažvydo VLC direktorės A. Augustaitienės nuomone, efektyviausi būdai – įdomiai pateiktos knygų parodos, garsiniai tekstų skaitymai ir skatinimas skaityti, vaikų literatūros tendencijų pristatymas vaikų tėvams, mokytojams ir darželių auklėtojams, kurie tampa bibliotekininkų sąjungininkai, motyvuodami skaityti ir skiepydami vaikams meilę ir pagarbą meniniam žodžiui.

Šiaulių P. Višinskio viešosios bibliotekos VLS vedėja A. Šiaulienė efektyviais viešinimo būdais įvardijo Tarptautinės vaikų knygos dienos (balandžio 2-ąją) proga rengiamus tradicinius knygų pristatymus, kuriuose patys vaikai susirinkusiai auditorijai siekia originaliai ir meniškai perteikti pristatomo kūrinio turinį, *Knygvežiuko* (speciali mašina, kuria vežamos knygos į vaikų lignonines, kaimus, kuriuose nėra bibliotekos ir kt.) *teikiamas paslaugas* bei *Vaikų vasaros skaitymo programas*.

Mažeikių rajono savivaldybės Ukrainų kaimo filialo bibliotekos darbuotojos V. Muravjovienės nuomone, kaimo vaikus labiausiai motyvuoja skaityti noras dalyvauti Metų knygos rinkimuose, galimybė dalyvauti ir diskutuoti viena ar kita tema Šiaurės šalių bibliotekų savaitėje bei Tarptautinės vaikų knygos dienos proga rengiama *popietė*, kurios metu susirinkę vaikai garsiai skaito tam tikros tematikos (kiekvienais metais parenkama skirtinga tema) knygas. Prieš šį renginį į mokyklą pradinukams nuvežamos skrynios, kuriose esama daug pasakų knygų, tad įdomiausiomis ištraukomis mažieji balandžio 2-ąją ir pasidalija vieni su kitais prie arbatos puodelio.

Šiaulių Juventos progimnazija efektyviais būdais pripažįsta bibliotekininkų ir draugų rekomendacijas, išskirtas skaitomiausių knygų lentynas. Vaikai į mokyklos bibliotekas dažniausiai ateina bendrų projektinių darbų rengti arba pertraukų metu grąžinti ar pasiimti knygų, todėl jie bibliotekoje praleidžia nedaug laiko. Atėję būriuojasi prie lentynų su užrašais *skaitomiausios, naujausios* arba ateina ir prašo konkrečios knygos, kurią skaitė draugas (-ė).

Kuri strategija efektyvi ar neefektyvi, bibliotekos darbuotojos supranta laikui bėgant. Jei besikartojantys renginiai, knygos viešinimo taktikos pasiteisina – sulaukia mažųjų skaitytojų dėmesio, o bibliotekininkai išgirsta prašymų paskelbti anksčiau būsimų renginių temas ir net priminimų, kad artėja tam tikra šventė. Jei efektyvia laikyta strategija nebesiteisina – pats metas ją keisti kita.

## Originalios strategijos

Kiekviena straipsnyje aptariama biblioteka 2010–2011 m. išskyrė savo originaliausių strategijų trejetukus. Originalūs knygos viešinimo būdai tampa ne tokie originalūs kur kas dažniau nei efektyvios strategijos tampa neefektyviomis, tačiau kiekvienas originalus būdas viešinti vaikišką knygą tampa traukos objektu, kad ir laikinu. Originalus būdas netenka savo originalumo, jei jis naudojamas kasmet, todėl šios kategorijos strategijos arba pereina į efektyvių strategijų sąrašą arba bibliotekų nebenaudojamos ir kuriamos naujos.

A. Augustaitienė originaliausiomis bibliotekos strategijomis nurodė literatūrinės popietės, vis atsinaujinantį lėlių teatrą ir sumanymą į bibliotekos lankytojų sąrašus įtraukti ir kūdikius, kuriems knygas skaito ir į namus parneša tėveliai. Jau nuo pirmųjų gyvenimo dienų vaikai tampa bibliotekos lankytojai, o nuo mažumės ugdoma tradicija lankytis bibliotekoje perauga į būtiną (kaip maistas ar miegas) veiksmą vaiko gyvenime. Manoma, kad ši, vis dar originali strategija, netrukus taps neatsiejama efektyviausių strategijų dalimi.

Šiaulių Povilo Višinskio bibliotekoje trys originaliausi vaikiškos knygos viešinimo būdai: knygos veikėjų eiseną miesto bulvaru, skaitomiausių knygų skelbimas internetiniame bibliotekos puslapyje bei knygų pristatymai su lėlėmis (varna ir paršiuku).

J. Songailienė (Juventos progimnazijos bibliotekos vedėja) neskaitančius vaikus kviečiasi į biblioteką ir siūlo visuomeniniams darbams atlikti skirtas valandas praleisti bibliotekoje skaitant. Šis, anot bibliotekininkės, skaitymo skatinimo būdas – paveikus. „Daugelis prieš tai neskaičiusių vaikų dabar yra geriausi mokyklos bibliotekos skaitytojai, kurie atrado skaitymo džiaugsmą“ (Songailienė, interviu). Taip pat vaikų iniciatyva imtas rinkti knygų **Top dešimtukas**: stende pateikiamas knygų sąrašas, o kiekvienas, jas perskaitęs, deda plusą ties labiausiai patikusia. Originaliu būdu tarp mokyklų bibliotekų, anot vedėjos, laikytini ir geriausio skaitytojo rinkimai.

Ukrinų bibliotekoje originaliausi būdai – ne-tradiciniai tekstų skaitymai. Vieni tokių skaitymų vyksta prie netoli bibliotekos tekančios Varduvos upės. Bibliotekininkė organizuoja ir diskusijas ne-tradicinėse vietose (prie upės, piliakalnio ir kt.), o vienas naujausių originalių šioje kaimo bibliotekoje knygos viešinimo būdų – **svečio** (kaime gyvenančios daugkartinės skaitovų kokursų nugalėtojos Janinos Gilienės) **skaitomi tekstai** ir pasakojamos istorijos.

Originalūs ir efektyvūs skaitymo skatinimo ir knygos populiarinimo būdai kiekvienos bibliotekos įvardijami skirtingai dėl nevienodų galimybių ir padėties: kas miesto bibliotekoje laikoma (ne)efektyvu – kaimo vaikui gali dažnai tapti (ne)originalu,

ir atvirkščiai. Skirtingas originalias strategijas bibliotekininkai kuria ir renka atsižvelgdami į tikslinės auditorijos poreikius, finansines ir funkcines bibliotekos galimybes, laiko resursus ir kt. Svarbiausias tokių strategijų uždavinys – padėti vaikui atrasti skaitymo malonumą, parodyti, kad skaityti nėra nuobodu, akcentuojant plačias knygų skaitymo pritaikymo galimybes ir teikiamą naudą.

## Išvados

1. Masinės komunikacijos svarba knygų sklaidoje akcentuojama ir pastebima ne tik pelno siekiančių asmenų, įmonių (knygų autorių, leidyklų, knygynų) veikloje, bet vis dažniau aptinkama ir nekomercinių, viešųjų institucijų (bibliotekų) darbuotojų kultūrinuose, šviečiamuosiuose darbo efektyvumo gerinimo planuose.
2. Televizija ir radijas – tiek Lietuvoje, tiek ir pasaulyje populiariausi reklamos centrai, tačiau bibliotekose šiomis masinėmis komunikacijos priemonėmis naudojamosi tik išimtiniais atvejais. Pastebėta, kad dažnai spalvingomis, įtaigiomis knygų reklamomis viešinami menkaverčiai kūriniai, todėl dažnai reklama menine ir įtaigos verte lenkia knygą. Televizija ir radijas bibliotekų darbuotojų knygos populiarinimo ir skaitymo skatinimo strategijose tampa tik informavimo apie vykusius renginius šaltiniu.
3. Bibliotekų pasirinkimas taikyti strategijas priklauso ne tik nuo darbuotojų išmonės, bet ir nuo tikslinės auditorijos dydžio, bibliotekos funkcinių paskirčių, finansinės, geografinės padėties ir pan. Bibliotekose taikomas knygos populiarinimo strategijas galima suskirstyti į:
  - garsinius vaikų literatūros tekstų skaitymus;
  - lėlių teatrų ir literatūrinių personažų inscenizacijas;
  - temines parodas;
  - knygų pozicionavimą;
  - dalyvavimą Metų knygų rinkimuose;
  - literatūrinės viktorinas;
  - susitikimus su rašytojais;
  - seminarus ir paskaitas tėvams supažindinti su vaikų knygos naujovėmis ir skaitymo mažiesiems teikiama naudą.
4. Ne visada originalios strategijos tampa efektyviomis, tačiau jos padeda bibliotekų darbuotojams sudominti tikslinę auditoriją. Efektyviomis strategijomis laikytini renginiai, skirti Tarptautinei vaikų knygos dienai paminėti, garsiniai tekstų skaitymai, bendravimas su vaikų tėvais, Metų knygų rinkimai, knygų pozicionavimas.
5. Originaliausi vaikų knygos populiarinimo būdai: kūdikių registracija į bibliotekos lankytojų sąrašus, lėlių teatrai ir renginiai, kuriuose dalyvauja literatūriniai pasakų personažai, literatūrinės po-

pietės, tėvų ir vaikų popietės, teminės popietės bibliotekose, specializuoti automobiliai su vežimais vaikškomis knygomis į įvairias įstaigas, kaimus, ligoninę ir kt., knygų *Top dešimtuoko* rinkimai, svečiai, garsiniai tekstų skaitymai netradicinėse vietose (dažniausiai gamtoje).

6. Vaikų skaitymo skatinimas bei vaikų knygos populiarinimas laikytini svarbiais vaikų kultūrinės socializacijos veiksniais.

### Šaltiniai

1. Augustaitienė A., Interviu pokalbis, 2011-12-09, Martyno Mažvydo bibliotekos Vaikų literatūros centras, Vilnius.
2. Muravjovienė V., Interviu pokalbis, 2011-11-18, Mažeikių rajono savivaldybės Ukrainų kaimo biblioteka.
3. Songailienė J., Interviu pokalbis, 2012-02-28, Juventos progimnazijos biblioteka, Šiauliai.
4. Šiaulienė A., Interviu pokalbis, 2012-02-15, Povilo Višinskio viešosios bibliotekos Vaikų literatūros skyrius, Šiauliai.

### Literatūra

1. Aškiniene R., Pagyrimai uždegantys vaikus [2012-02-27]. <<http://www.neuromedicina.lt/index2.php?pageid=20&veiksmas=straipsnis&id=31>>.
2. Bavesrstock A., 2002, *Leidybos marketingas*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
3. Beresnevičienė D., 2003, *Jaunojo suaugusiojo psichologija*, Vilnius: Presvika.
4. Lietuvos Respublikos bibliotekų įstatymas, pirmasis skirsnis [žiūrėta: 2012-03-05]. Prieiga internete: <[http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=238641](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=238641)>.
5. Cly R., Advertising to children: Is it ethical? [2012-02-23]. <<http://www.apa.org/monitor/sep/00/advertising.aspx>>.
6. Dargužytė Ž., Kokį auklėjimo tipą pasirinkti [2012-

- 02-27]. <<http://www.ikimokyklinis.lt/straipsnis/10724>>.
7. Glosienė A., 1999, *Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka.
8. Glosienė A., 1998, *Viešoji biblioteka: tradicija ir modernumas*. Vilnius: Žara.
9. Juodaitytė A., 2003, *Socializacija ir ugdymas vaikystėje*. Vilnius: UAB Petro ofsetas.
10. Katrušakova E. (Iš diskusijos, „Visa Lietuva skaito vaikams – auklėjimas skaitant“ Vilniaus knygų mugėje, 2012-02-24), Lietuvos parodų ir kongresų centras Litexpo.
11. Kišūnaitė R., 2008, Vaikų ir paauglių knygų leidybos procesas, tendencijos, ypatumai. *Acta humanitarica universitatis Saulensis*, T. 5 (2007), *Vaikas lietuvių ir pasaulio kultūrose*, sud. Dž. Maskuliūnienė, Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
12. Knygų Kalėdos 2011 [2012-03-04]. <<http://www.lbd.lt/knygukaledos/>>.
13. Lietuvos Respublikos nutarimas dėl Skaitymo skatinimo programos patvirtinimo [2012-03-03]. <[http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=287765&p\\_query=&p\\_tr2=>](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=287765&p_query=&p_tr2=>)>.
14. Martyno Mažvydo biblioteka, Vaikų literatūros centras [2012-02-28]. <<http://www.lnb.lt/lnb/select Page.do?docLocator=DF99D2CA536011DF8B91746164617373&inlanguage=lt>>.
15. McLaughlin J., Researcher shows negative effects of advertising on children [2012-02-22]. <[http://www.fordham.edu/campus\\_resources/enewsroom/inside\\_fordham/may\\_17\\_2010/news/researcher\\_shows\\_neg\\_75386.asp](http://www.fordham.edu/campus_resources/enewsroom/inside_fordham/may_17_2010/news/researcher_shows_neg_75386.asp)>.
16. Ries A., Trout J., 2005, *Pozicionavimas*. Kaunas: Smaltijos leidykla.
17. Skaitymo skatinimo programa [2012-03-02]. <<http://www.skaitymometai.lt/index.php?-1115352131>>.
18. Šiaulių P. Višinskio viešoji biblioteka [2012-03-07]. <<http://www.savb.lt/vaikams/parodos-renginiai/2910-knygos-veikj-eityns-2011-06-09>>.

## STRATEGIES FOR READING PROMOTION AND POPULARIZATION OF CHILDREN BOOKS IN LITHUANIAN LIBRARIES

*Laura Arnotaitė, Džiuljeta Maskuliūnienė*

### Summary

The object of the article is the strategies for improving tendencies of children reading culture in Lithuania implemented by Children Literature Center of Martynas Mažvydas National Library of Lithuania, Children Literature Department of Povilas Višinskis Šiauliai County Public Library, Ukrainai Village Branch of Mažeikiai District Municipality Public Library and Library of Šiauliai Juventa Progymnasium. The aim of the article is to state and discuss the most popular forms for children reading promotion in Lithuanian libraries by highlighting the most efficient and original marketing strategies for children books in the surveyed libraries. The practical part has been produced by using semi-structured interview of experts and descriptive method with the help of interpretation and comparative approach to the object being analyzed.

The libraries that seek operational efficiency have to apply quite a number of time-tested or untried strategies of public relations in their activities. Usually they are repetitive and common strategies for children books popularization:



thematic exhibitions, quizzes, text readings aloud in unusual places, Book of the Year awards, Nordic Countries Week, Children Book Day, introduction of parents to novelties in children books, benefit of reading, etc. Most of the strategies, especially the most effective and original ones, are determined by external factors (financial, geographical location, size of target audience, number of employees, working time). The most efficient (specialized vehicles, book presentations, quizzes, etc.) and the most original (text readings in nature, literary afternoons with parents, puppet-plays, etc.) strategies determine the originality of libraries and help to attract a larger target audience.

**Keywords:** library, child-reader, children book, reading promotion, popularization of children book, efficient strategies, original strategies, cultural socialization of children.

## SKAITYMO SKATINIMO IR VAIKŲ KNYGOS POPULIARINIMO STRATEGIJOS LIETUVOS BIBLIOTEKOSE

*Laura Arnotaitė, Džiuljeta Maskuliūnienė*

### Santrauka

Straipsnio *tyrimo objektas* – Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo Vaikų literatūros centro, Šiaulių apskrities Povilo Višinskio Vaikų literatūros skyriaus, Mažeikių rajono savivaldybės viešosios bibliotekos Ukrių kaimo filialo ir Šiaulių Juventos progimnazijos bibliotekų naudojamos strategijos, siekiant gerinti vaikų skaitymo kultūros tendencijas Lietuvoje. *Darbo tikslas* – įvardyti ir aptarti populiariausias Lietuvos bibliotekose vaikų knygų sklaidos formas, išskiriant efektyviausias ir originaliausias vaikų knygų reklamos strategijas aptariamose bibliotekose. Taikyti pusiau standartizuoto ekspertų interviu ir deskriptyvinis metodas, pasitelkiant interpretacinę ir komparatyvistinę žiūrą į analizuojamą objektą.

Bibliotekoms, siekiančioms veiklos efektyvumo, tenka taikyti ne vieną laiko patikrintą ar dar nebandytą ryšių su visuomene strategiją. Daugiausia tai – pasikartojančios ir įprastinėmis tampančios vaikų knygos populiarinimo strategijos: teminės parodos, viktorinos, garsiniai tekstų skaitymai netradicinėse vietose, Metų knygų rinkimai, Šiaurės šalių savaitė, Vaikų knygos diena, tėvų supažindinimas su vaikų knygos naujovėmis, skaitymo nauda ir kt. Daugelis strategijų, ypač efektyviausios ir originaliausios, yra nulemtos išorės veiksnių (finansinės, geografinės padėties, tikslinės auditorijos dydžio, darbuotojų skaičiaus, dirbamo laiko). Efektyviausios (specializuoti automobiliai, knygų pristatymai, viktorinos ir kt.) bei originaliausios (tekstų skaitymai gamtoje, literatūrinės popietės su tėvais, lėlių teatrai ir t. t.) strategijos lemia bibliotekų savitumus ir padeda sukviesti daugiausia tikslinės auditorijos.

**Prasminiai žodžiai:** biblioteka, vaikas skaitytojas, vaikų knyga, skaitymo skatinimas, vaikų knygos populiarinimas, efektyvios strategijos, originalios strategijos, vaikų kultūrinė socializacija.

[teikta 2012-03-14