

ГУК «Брестский областной общественно-культурный центр»
УК «Брестская областная библиотека им. М.Горького»
УК «Брестский областной краеведческий музей»



Брестская областная
библиотека им. М.Горького



Брестский областной
краеведческий музей

Методические рекомендации по работе с подростками и молодежью в учреждениях культуры



Брест 2023

Настоящие методические рекомендации разработаны ГУК «Брестский областной общественно-культурный центр», ГУ «Брестский областной краеведческий музей» и УК «Брестская областная библиотека им. М.Горького» во исполнение пункта 4 Решения коллегии управления культуры Брестского облисполкома от 22.12.2022 года № 11 для использования в работе клубными организациями, музеями и библиотеками области в своей деятельности по предоставлению традиционных и инновационных форм досуга молодежи, а также по гражданско-патриотическому воспитанию и работе с молодыми семьями.

Методические материалы содержат информацию о досуговой, социально-воспитательной работе и гражданско-патриотическому воспитанию по актуальным направлениям молодежной и семейной политики в клубных организациях, музеях и библиотеках.

СОДЕРЖАНИЕ

Организация досуга подростков и молодежи в учреждениях культуры клубного типа	3
Принципы организации деятельности учреждений культуры клубного типа.....	3
Вовлечение подростков и молодежи в культурно-досуговую деятельность клубных организаций	7
Инновационные формы досуга молодежи. «Инстаграм» как одно из основных средств привлечения молодежи в деятельность учреждений культуры клубного типа	10
Организация работы библиотек по гражданско-патриотическому воспитанию и работе с молодыми семьями.....	18
Организация работы государственных музеев Брестской области с подростками и молодёжью	24

Организация досуга подростков и молодежи в учреждениях культуры клубного типа

Направления работы с молодежью в учреждениях культуры клубного типа

В современном мире интересы и потребности молодежи постоянно меняются, усложняется структура организации досуга. Свободное время неравномерно распределяется между различными группами и слоями населения. Так, возникает необходимость выработать новые разнообразные формы организации досуга разных групп населения.

Все люди неоднородны в возрастном, социальном, экономическом и профессиональном положении. Различные категории населения отличаются друг от друга своими нуждами, уровнем культурной, интеллектуальной и профессиональной подготовленности, наличием свободного времени и предпочтениями по его организации. Этот факт необходимо учитывать в работе учреждений культуры, которые должны предлагать молодежи наиболее эффективные досуговые занятия, предоставляя при этом свободу выбора, а также возможность смены различных видов деятельности.

При организации досуга важно учитывать потребности молодежи непосредственно вашей местности. Для этого следует регулярно проводить опросы данной категории населения (не реже одного раза в год). Анкетирование можно провести раздаточным способом либо онлайн. При составлении анкеты необходимо включить вопросы, которые позволят узнать возрастную категорию молодежи, какие культурные мероприятия наиболее интересны, какие клубные формирования привлекательны, в какое время удобно посещать, а также дадут возможность высказать свое мнение и рекомендации по организации досуга. Анкетирование, результат которого покажет лишь то, что большая часть опрошенных предпочитает пассивный отдых, проводимый за

компьютером, неэффективно и пользы в таком анкетировании для дальнейшей работы нет. Поэтому следует включать в анкету подобные вопросы:

- В мероприятиях какой сферы досуга Вы чаще всего принимаете участие?

- К какому виду творческой деятельности у Вас есть склонность и способности?

- Какие мероприятия социальной сферы Вам наиболее близки?

- Какие мероприятия интеллектуальной сферы наиболее интересны для Вас?

- Назовите наиболее привлекательное для Вас мероприятие развлекательной сферы.

- Какие досуговые учреждения Вы посещаете?

- Хотели бы Вы поучаствовать в каких-либо мероприятиях в качестве организатора, реализовать собственную идею?

Результаты анкетирования обязательно должны быть учтены в дальнейшей работе при организации мероприятий и формировании графика работы клубных формирований.

В работе с подростками и молодежью клубным организациям следует сотрудничать с учреждениями образования, общественными объединениями, учреждениями здравоохранения, БРСМ, РОВД, РОЧС, инспекцией по делам несовершеннолетних, проводить совместную работу с другими учреждениями культуры – музеями, библиотеками, школами искусств и др.

С целью формирования у подростков и молодежи активной гражданской позиции и патриотизма, клубным организациям необходимо реализовывать мероприятия в рамках следующих государственных программ:

- Комплексный план мероприятий по патриотическому воспитанию молодежи;

- Республиканский план мероприятий программы патриотического воспитания населения Республики Беларусь;

- Стратегия развития государственной молодежной политики Республики Беларусь;

- Республиканская межведомственная программа «Забота»;

- Комплексный план мероприятий, направленных на принятие эффективных мер по противодействию незаконному обороту наркотиков, профилактике их потребления, в том числе среди детей и молодежи, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией, на территории Брестской области.

Работа по организации досуга подростков и молодежи в клубных организациях должна проводиться по следующим направлениям:

1. Гражданско-патриотическое воспитание молодежи. С участием молодежной аудитории следует проводить торжественные митинги, театрализованные представления, кинолектории, уроки мужества, акции, игровые программы, исторические экскурсии, краеведческие часы, выставки, литературно-музыкальные композиции, квесты, конкурсы творческих работ, викторины

Также рекомендуем организовывать мероприятия в рамках следующих патриотических акций: ***республиканская патриотическая акция «Квітней, Беларусь!»*** (акция проводится с целью формирования в молодежной среде уважения к государственным символам Республики Беларусь и посвящена Дню Государственного герба Республики Беларусь и Государственного флага Республики Беларусь. Символом акции является красно-зеленая лента, которая ассоциируются у населения с государственной символикой. В рамках акции предлагаем проводить тематические мероприятия, митинги у памятников и мемориалов воинской славы, концертные программы, творческие фестивали, молодежные флеш-мобы); ***Всебелорусская акция «Мы – граждане Беларуси!»*** (В ходе акции с 10 по 15 марта 14-летним юношам и девушкам – лучшим представителям одаренной молодежи, отличникам учебы, представители

законодательной и исполнительной власти, почетные люди, ветераны войны и труда в торжественной обстановке вручают паспорта граждан Республики Беларусь), **акция «Споем гимн вместе»** (является финальной точкой в праздновании Дня Независимости Республики Беларусь, когда вся страна в унисон исполняет Государственный гимн Республики Беларусь), **республиканская патриотическая акция «Спасибо за Победу!»** (проходит в начале мая по всей стране и посвящена празднику 9 мая – Дню Победы. Символом акции является красная звезда с надписью «Спасибо за Победу!»). В рамках акции рекомендуем организовывать праздничные поздравления ветеранов с вручением открыток с пожеланиями от молодежи, памятных сувениров, проводить торжественные мероприятия гражданско-патриотической направленности, благотворительные, трудовые акции по оказанию социальной адресной помощи ветеранам, участникам войны).

2. Пропаганда здорового образа жизни. Рекомендуем проводить **акции, флеш-мобы, информационные часы, видео-уроки, часы здоровья, беседы** ко Всемирному дню здоровья, Международному дню борьбы с наркотиками, Всемирному дню без табака, Всемирному дню борьбы со СПИДом. Положительным примером работы с подростками и молодёжью в данном направлении является создание видеороликов «Пружаны ЗОЖ» и «Здоровый город» участниками образцового клуба «Teens-формат» Пружанского городского Дома культуры в рамках профилактической акции «Вместе за здоровое будущее» и в целях профилактики асоциальных явлений в молодежной среде.

3. Профилактика правонарушений. Из опыта работы клубных организаций наиболее эффективным и результативным способом воздействия на подростков и молодежь в данном направлении является организация совместных мероприятий с РОВД, РОЧС, инспекцией по делам несовершеннолетних и др.

4. Сохранение семейных ценностей. Для пропаганды семейных ценностей рекомендуем проводить социально значимые мероприятия, приуроченные следующим датам: День женщин, День матери, День семьи, День защиты детей, День отца. Также в рамках акций «Неделя родительской любви», «Судьба моей семьи в истории страны», «Дом без насилия» предлагаем организовывать *конкурсные, игровые программы, семейные фотоконкурсы (в том числе онлайн), видео-опросы, интервью, мастер-классы (создание родословного древа, изготовление игрушек, сувениров, фоторамок, роспись пряников, лепка и т.д.).*

Вовлечение подростков и молодежи в культурно-досуговую деятельность клубных организаций

Одним из важных способов вовлечения подростков и молодежи в организованные формы досуга является внедрение новых форм работы. Например, на основании анализа видов досуга молодежи Брестской области, можно выделить наиболее популярные виды досуговой занятости.

Так, одним из самых распространенных и посещаемых видов досуговой занятости среди молодежи являются **интеллектуальные игры, квизы**, такие как «Игры Разума», «Квиз, плиз!», «Мозголомка», «IQra». Это командные интеллектуально-развлекательные игры, облегченный вариант таких игр, как «Что? Где? Когда?» и «Брейн-Ринг». Игра состоит из логических вопросов, которые разбиты на тематические раунды. Время обсуждения каждого вопроса ограничено. Задача каждой команды – зарабатывать баллы, правильно отвечая на вопросы. По итогам раундов побеждает та команда, которая наберет наибольшее количество баллов.

Также среди интеллектуальных игр пользуются популярностью **музыкальные квизы и кино-квизы**. Это командные игры, состоящие из нескольких конкурсных туров,

объединенных музыкальной или кино тематикой. Данные игры могут проводиться в сопровождении живой музыки либо с воспроизведением видеоматериалов, отрывков из популярных фильмов.

Различные игры, в том числе настольные, очень актуальны среди молодежи. Например, «Мафия» – это интеллектуальное развлечение, развивающее память, внимание, лидерские качества и умение играть в команде.

Крафтовые игры – это деревянные игры ручной работы. Абсолютно новый вид развлечений, позволяющий не только отдохнуть и весело провести время, но и развивать ловкость, внимание, логическое мышление и многие другие навыки, необходимые детям и взрослым. Виды крафтовых игр: дженга, голландский бильярд, аэрохоккей, корнхолл и др.

Помощь по изготовлению крафтовых игр могут оказать мастера народного творчества вашего региона, которые занимаются резьбой по дереву.





По-прежнему остаются актуальными различные тематические **квесты**. Квест – это интерактивная игра с сюжетной линией, которая заключается в решении различных головоломок и логических заданий. Это могут быть городские, районные квесты, велоквесты, фотоквесты.

Для того, чтобы узнать новую и полезную информацию за короткий срок, здорово провести время в компании творческих и интересных людей, проникнуться атмосферой и найти друзей по интересам, молодежь с удовольствием посещает **мастер-классы**. На сегодняшний день популярны следующие виды: мастер-классы по живописи, росписи пряников, развитию речи и ораторского мастерства, мастер-классы по эпоксидной смоле и изготовлению свечей.

***Инновационные формы досуга молодежи.
«Инстаграм» как одно из основных средств
привлечения молодежи в деятельность
учреждений культуры клубного типа***

«С социальными сетями глупо конкурировать, лучше использовать их богатые возможности для своих целей.»

«Инстаграм» – одна из самых популярных социальных сетей на сегодняшний день. Согласно отчету Digital 2022, в Беларуси лидером среди социальных сетей по количеству пользователей является Instagram с показателем 3,7 млн зарегистрированных пользователей.

Аккаунт в «Инстаграм» – отличная возможность увеличить посещаемость учреждения и сформировать привлекательный бренд. Также с помощью данной социальной сети появляется возможность путем заинтересованности воспитать патриотизм, позитивное отношение к традиционным семейным ценностям, бережное отношение к здоровью, повысить эффективность работы по организации занятости молодежи в свободное от учебы (основной работы) время.

Основные преимущества социальной сети «Инстаграм» для учреждений культуры:

- Простота использования. Все, что нужно для ведения страницы в «Инстаграм» – это создать аккаунт и регулярно наполнять его новым контентом. Для этого следует разместить фото/видео и добавить текстовую информацию.
- Возможность оставлять комментарии и отвечать на них – простой способ получать обратную связь, получать отзывы и общаться со своими подписчиками.
- Размещение «Instagram stories» – короткие видеоролики, фотографии или афиши, расположенные выше

основной ленты публикаций и всегда находящиеся на виду у ваших подписчиков.

- Возможность совмещения разных видов контента. В своем аккаунте вы можете размещать развлекательную и познавательную информацию. Это могут быть как афиши предстоящих и фото- видеоотчет прошедших мероприятий, так и новостной контент, рассказывающий об актуальных событиях в регионе.

Создание аккаунта в Инстаграм актуально как для учреждения культуры, так и для творческого коллектива, клуба по интересам. В первую очередь при создании аккаунта в Инстаграм следует придумать **никнейм**. Он должен быть кратким и отражать название учреждения/коллектива.

Примеры: dk_bereza, darling_pinsk, folk_gruppa_lad.

Слудующий шаг – создание аватара. **Аватар** – это лицо вашего профиля, его видно в общей ленте, «историях», комментариях. Цель аватара – привлечь внимание и запомниться. При выборе аватара следует избегать нечетких картинок, мелкого шрифта. Приветствуются логотипы, качественные фото, например, участников коллектива.

Примеры:

 <p>← ddm.np :</p> <p> 924 1 698 291 Публика... Подписч... Подписки</p> <p>ДВОРЕЦ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ NP</p>	 <p>← lepelskarb :</p> <p> 42 170 103 Публика... Подписч... Подписки</p> <p>Лепельский Центр ремёсел</p>
 <p>← lyavonikha.by :</p> <p> 144 571 211 Публика... Подписч... Подписки</p> <p>Ансамбль народного танца "ЛЯВОНИХА"</p>	 <p>← fiesta_dance_family :</p> <p> 33 529 57 Публика... Подписч... Подписки</p> <p>Ансамбль «Фиеста» Барановичи</p>

Ниже представлены бесплатные сайты для создания логотипа:

1. Canva.
2. ThemeIsle Logo Maker.
3. Hatchful.
4. Hipster Logo Generator.
5. Squarespace Logo Maker.

Имя аккаунта – 30 символов, кратко описывающих ваш профиль. Здесь следует указать ключевые слова, например, название учреждения/коллектива и город.

Примеры: Ансамбль «Фиеста» Барановичи, Пинский городской Дом культуры.

Также важно грамотно оформить **описание аккаунта**. Здесь следует четко отразить ключевую информацию о профиле:

- сферу деятельности;
- способ связи;
- адрес и время работы (если это учреждение);
- ссылку на официальный сайт;
- хештеги, по которым вас смогут найти потенциальные клиенты.

Очередным шагом станет создание оригинального контента. Ко всем размещенным фото и видео можно добавить текст до 2200 знаков с пробелами. Согласно теории Якоба Нильсона пользователи «сканируют» страницы с веб-контентом, а не вчитываются в них. 60% пользователей читают только заголовки сообщения и его первый абзац. Стоит ли изучать публикацию до конца, читатель решает за 10 секунд. Отсюда следует рекомендация – кратко в одном абзаце выражать суть материала. Каждому анонсу желательно подбирать качественное и яркое изображение. Фотографии, рисунки, афиши помогут раскрыть тему публикации лучше и шире, чем объемный текст.

При продвижении клубных организаций в социальных сетях **рекомендуем** следующее:

1. Публикуйте полезный контент

Старайтесь сделать аккаунт учреждения интересным и полезным. Наполняйте его не только фотографиями прошедших мероприятий. Размещайте актуальную информацию о культурной жизни области, страны. Для вовлечения большего количества молодежи проводите различные виды активности: викторины, опросы, в том числе на патриотическую тематику, связанные с культурой и историей региона или страны.

Примеры:



Актуальная информация о культуре регулярно размещается в следующих телеграм-каналах, материал которых будет полезен при написании новостного контента:

- «Министерство культуры Республики Беларусь»;
- «Управление культуры Брестского облисполкома»;
- «Брестчина культурная»;
- «Культура і мастацтва»;
- «Канал «Культура» Беларускага радыё».

2. Публикуйте посты регулярно

Чем реже будете публиковать посты – тем меньше будет активность в вашем аккаунте. Старайтесь анонсировать каждое предстоящее мероприятие и вовремя публиковать фото с прошедшего. Однако не стоит публиковать больше двух постов в день.

По данным различных исследований специалистов SMM разных компаний, лучшее время для постинга в Instagram – с 13:00 до 15:00. Второй пик – около 20:00.

3. Размещайте качественный контент

Посты, которые вы публикуете в своем профиле, должны содержать уникальную информацию. Не стоит копировать чужой материал. Содержание публикаций должно быть интересным и полезным для вашей аудитории. Не публикуйте текст сплошным полотном, разделяйте текст на части, выделяя абзацы.

Использование хештегов по теме публикации позволит получить хороший охват и попасть в рекомендованное. Если в тексте есть перечисление, оформите его списком и пронумеруйте или выделите с помощью тире, точек или галочек и так далее. Это очень облегчает восприятие.

4. Снимайте «сторис» и проводите прямые эфиры

Учреждение культуры в «сторис» может публиковать: экскурсии (например, по этнокомнате); анонсы квестов, дискотек, викторин; информацию о сотрудниках учреждения. Интересная практика – показывать подписчикам, как проходит подготовка к мероприятиям. Можно опубликовать видео с репетиции или показать, как происходит запись новых песен.

Прямые эфиры – отличная возможность продемонстрировать, что происходит в учреждении культуры в данную минуту. Их можно снимать во время проведения концертов, репетиций и др. Записи прямых эфиров можно сохранять.

5. Проводите розыгрыши

Розыгрыши – популярный инструмент для продвижения страницы в Instagram. Они подталкивают аудиторию к взаимодействию с профилем и помогают увеличить уровень вовлеченности. Разыграть можно билеты на концерт, дискотеку или иное мероприятие. Таким образом вы заинтересуете широкий круг населения предстоящим мероприятием, привлечете внимание общественности, а также увеличите свою аудиторию. Победители розыгрыша, посетив мероприятие, поделятся впечатлениями со знакомыми, сделав рекламу вашему учреждению.

Примеры:



drogichingdk Дом культуры объявляет розыгрыш билетов на новогодний спектакль «Приключение в зимнем лесу». 🌲 Условия розыгрыша просты:

- 1️⃣ Быть подписанным на наш аккаунт.
- 2️⃣ Отметить в комментариях своих друзей, каждому комментарию будет присвоен номер (чем больше комментариев тем больше шансов выиграть)
- 3️⃣ Добавить эту публикацию себе в историю.

А 30 декабря в прямом эфире наш 🧑‍🎅 Дед Мороз вытянет номер счастливого и мы объявим победителя и подарим билеты на новогодний спектакль на всю семью!

Не пропусти свой шанс, участвуй! 🎄🎁🧑‍🎅



okc_brest 🌹 Розыгрыш билетов 🌹

Дорогие подписчики! В связи с предстоящим чудесным женским праздником и приближающейся цифрой в 1000 подписчиков, мы с огромной радостью объявляем розыгрыш двух билетов на романтический музыкальный спектакль #ЛЮБОВЬ2 📖❤️

Для участия вам необходимо:

- ▼ Быть подписанным на наш аккаунт @okc_brest
- ▼ Поставить лайк этому посту (лайки других постов тоже приветствуются 😊)
- ▼ Отметить друга в комментариях к этому посту через @ (больше комментариев – больше шансов на победу).

6. Проводите конкурсы

Отличная практика – устраивать творческие конкурсы: самое необычное фото в вашем учреждении, самое смешное видео с мероприятия, самое креативное поздравление и т.д. Обычно, подростки и молодежь положительно реагируют на такого рода конкурсы и активно принимают в них участие. Замотивировать можно ценным призом, в качестве которого также могут выступать билеты на мероприятие.

7. Сотрудничайте с коллегами

Взаимодействуйте с учреждениями культуры (музеями, библиотеками, детскими школами искусств и др.) не только своего района. Проводите совместные мероприятия, конкурсы, розыгрыши в «Инстаграм», обменивайтесь афишами и другой полезной информацией.

8. Введите постоянную рубрику

Обогатить аккаунт учреждения культуры полезной информацией можно путем введения постоянной рубрики. Для этого следует выбрать тематику и периодичность размещения данного материала. Например, каждый четверг в своем аккаунте можно публиковать пост с информацией о народном празднике или обряде, проводимом в вашей местности, цитаты известных личностей, узкоспециализированные или малоизвестные праздники, интервью или интересные факты. Большую активность вызовет проведение тематических викторин и опросов. Главный критерий – регулярность и следование выбранной тематике. Посты с определенной рубрикой можно отмечать специально разработанным хештегом.

Таким образом, социальные сети помогут учреждению культуры доставить аудитории познавательную и занимательную информацию о предоставляемых услугах, узнать мнение аудитории. И в конечном счете преобразовать виртуальных посетителей страницы в Интернете в реальных посетителей учреждения.

Организация работы библиотек по гражданско-патриотическому воспитанию и работе с молодыми семьями

Гражданско-патриотическое воспитание является основополагающим в воспитании подрастающей личности. Основная его задача – это воспитание гордости за свою страну; знание и уважение Конституции Республики Беларусь, её Герба, Флага, Гимна.

Публичные библиотеки обладают огромным потенциалом в деле гражданско-патриотического воспитания и реализуют его через целенаправленную постоянную работу, основу которой составляет проведение массовых мероприятий. Рекомендуется использовать диалоговые, рекламно-информационные, игровые формы работы, раскрывая следующие темы: «Они шли к Победе», «Волонтёры Победы», «Возьми себе в пример героя», «С чего начинается Родина?», «В пламени суровых испытаний», «Дорогами войны», «Не гаснет памяти огонь», «Не высыхают слёзы матерей в день памяти – День белых журавлей», «Им на долю досталась огненная судьба», «Снова к прошлому взглядом приблизиться», «Сохраним память – сбережём мир», «Мы сегодня головы склоняем» и др.

Непосредственно к государственным праздникам Республики Беларусь рекомендуется провести: акции «Жить и помнить», «Никто не создан для войны»; встречи с ветеранами «Нам досталась нелёгкая участь солдата», «Мне выпала судьба прикоснуться к Победе»; литературно-поэтические композиции, вечера «Юные герои сороковых-пороховых», «Эти песни спеты на войне», «Животворная сила поэтических строк», «Теплее на фронте от ласковых писем» и др.

Разнообразие возможных форм и тем библиотечных мероприятий способствует продвижению к молодым читателям информационных ресурсов патриотической

тематики, воспитание уважения к прошлому Отечества и формируют понимание патриотизма как свойства культуры человека: информационный ринг «Правовая академия», урок права «Путь к пониманию», правовой марафон «Будь я на твоём месте», правовая игра «Человек. Государство. Закон», правовой дайджест «Право и ты», интеллектуальный ринг «Живи настоящим – думай о будущем», правовой турнир «Знай свои права», аукцион правовых знаний «Гражданин XXI века», ситуационная игра «Закон на страже твоих прав», турнир «Правовой десант в книжном лабиринте» и др. Возможно проведение комплексных мероприятий: «Декада молодого патриота», «Неделя молодого гражданина», месячник историко-правовых знаний и др.

Частью гражданско-патриотического воспитания является формирование информационной культуры молодых избирателей. Достигнуть этого возможно проведя мероприятий по следующим темам: «Я голосую за будущее», «Молодёжь выбирает будущее», «Я иду голосовать», «Человек. Государство. Закон», «Читай. Думай. Выбирай», «Хочу или надо?», «Выборы – это выбор будущего», «На выборы! Здесь важен каждый», «Я – избиратель», «Создай своё будущее – голосуй», «Мы молодые – нам выбирать», «Мы – молодые избиратели», «Выборы: за и против», «Любишь свой край – иди и выбирай», «Выборы? Хочу всё знать», «Голосуй сейчас – выбирай будущее», «Мы учимся выбирать», «Сделать выбор – ваш долг и право», «Учись быть гражданином», «Будущий избиратель хочет знать» и др.

Для молодых людей мужского пола важно помочь почувствовать и понять, что защита интересов Родины – почётная обязанность каждого, а армейская служба – настоящая школа мужества и чести для настоящего мужчины. Рекомендуются проведение в публичных библиотеках Дней призывника, наполнив их следующими мероприятиями: урок патриотизма «Боевое знамя – символ части и ратная слава воинов», турнир «Будем мы солдатами», конкурсная

программа «Верно служу – ни о чём не тужу», конкурсно-игровые программы «Богатырские забавы», «Доблесть, отвага и честь», вечер-портрет «Профессия – Родину защищать», вечера «Буду в армии служить», «Святое дело – землю защищать», турнир «За честь и отвагу», интеллектуальный марафон «Служу Отечеству» и др.

Публичные библиотеки, организовывая обслуживание подростков и молодёжи, обеспечивают для них полноценный доступ к информации и услугам, осуществляют поддержку их грамотности, обучения и чтения. При привлечении данной категории граждан в стены библиотек и проведения для них массовых мероприятий, необходимо принимать во внимание их возрастные психолого-поведенческие особенности: умение работать с любой информацией, быстро развиваться, одновременно делать несколько дел, «клиповое» мышление. Также надо учитывать, что современные молодые люди не готовы к роли «объекта воспитательного воздействия», «ведомого», они достаточно независимы и самостоятельны в своём выборе и поведении.

У подростков и молодёжи могут пользоваться популярностью различные акции, промо-акции: «Кумиры молодых», «Образование, карьера, успех», «Что читать молодым?», «Это классное внеклассное чтение», «Мир новых журналов – он твой!», «Ты – лидер чтения!», «Познавайте мир с новыми книгами!» и др. Сочетайте в них рекомендацию традиционных книжных носителей информации с некнижными форматами, образными и запоминающими.

Среди форм мероприятий предлагаем обратить внимание на следующие: мозговой штурм, беседа о прочитанном, вечер вопросов и ответов, вечер занимательной науки, диско-лекция, диспут, защита проекта, КВН, читательская конференция, литературное лото, круглый стол, литературный суд, театр книги, ярмарка читательских мнений. Среди мероприятий интерактивных форм могут быть лотереи, викторины, дайджесты, литературные игры, пресс-бои,

рейтинги начитанности. Из комплексных форм работы подростки и молодёжь с удовольствием посетят «Воскресенье в библиотеке», «Библиосумерки», «Библионочь».

Примерные названия мероприятий для подростков и молодёжи: «Разговор о модных книгах», «Звёздные книги о звёздных судьбах», «Книга твоей мечты: какая она?»; «Чем сегодня удивляют?», «Разрешите высказаться!», «Кому ты говоришь: «Браво!», «Кумиры молодых: кто они?», «Потрясающий книжный хит сезона» и др.

Деятельность библиотекарей по раскрытию книжно-информационных фондов очень важна для подростков и молодёжи. Для поддержания интереса к текстам выбирайте актуальные форматы книжных выставок: реклама «Читать эти книги престижно!»; дискуссии «Во что мы верим?», «Книги, о которых спорят»; викторина «Из каких мы книг?»; словарь «Литературная азбука»; дебют «Репертуар для модного чтения»; экспресс «Откройте книги молодых!», «Совершенно новые книги» и др.

Примеры мероприятий с кратким содержанием.

Литературная игра «Самый проникательный читатель» может состоять из:

- выставки/диалога «Размышления над прочитанной книгой», «Что у нас читают?»;
- обмена мнениями «Выбор книги для чтения: наука или искусство?», «Вчера я прочитал...»;
- опыта устной рецензии «Только что прочитано»;
- «защиты» читательских формуляров «Что ты читаешь сегодня?».

В программу работы *дискуссионного клуба «За и против»* можно включить заседания по темам: «Как воспитать/стать прекрасной дамой», «Зачем вы, девушки, в погонах ходите?», «Брачный контракт: брак по расчёту или брак без любви?», «Астрология: тайны, загадки, предвидения», «Трудно быть интеллектуалом?!» и др.

Блиц-игра «Юношеский час» включает:

- калейдоскоп интересных фактов из области искусства, социологии, литературы, истории;
- обзор/реклама новых книг;
- экскурсии по периодическим изданиям, премьеры книг;
- анонсы, литературные сенсации;
- игровые и музыкальные паузы;
- литературные игры и др.

Работа с **молодыми семьями** в публичных библиотеках призвана добиться, чтобы огромный потенциал научно-популярной и художественной литературы не только был ими востребован, но и был наиболее эффективно использован в процессе построения взаимоотношений между супругами/партнёрами и в воспитании детей.

Стремясь привлечь молодых пользователей, библиотеки могут раскрывать свои книжные фонды, организовывать рекламную и выставочную деятельность. Раскрытие книжных фондов происходит через выделение зоны семейного чтения или её элементов: специализированные фонды «Семья и общество», «Семья. Дом. Быт. Досуг», «Мир семьи»; книжные выставки и тематические полки «Семейная академия», «Семейная психология», «Советуем почитать в кругу семьи», «Семья и закон», «Мудрость родительской любви», «Семья шагает в первый класс», «Мамина полка», «Папина полка», «Семейное чтение для сердца и разума», «Семья. Защити своё сердце сегодня», «Правовые основы семьи и брака», «Периодика для семейного чтения», на которых представлена литература о домашнем чтении, семье, воспитании в семье, подготовке к школе, семейном творчестве и др.

Интересным может стать создание при публичных библиотеках профильных клубов: «Клуб семейного чтения», «Союз близких родственников», «Наша семья», «Династия», «Мир семьи» и др.

При библиотечном обслуживании молодых семей необходимо уделять внимание следующим направлениям: семейное (домашнее) воспитание, формирование позитивной установки молодёжи на брак, популяризация ответственного материнства и отцовства, просвещение и информационная поддержка молодых родителей, воспитание традиций семейного чтения и др. Этому будет способствовать проведение следующих мероприятий: «Медовый месяц длиною в жизнь», «Молодая семья – вызов времени», «Мир семьи – мир любви», «Основы семейной жизни», «Культура семейных отношений», «Остров семейных сокровищ», «Важнейшая профессия – родители», «Свадьба-женитьба: приметы, традиции», «Как правильно выйти замуж», «Разводиться – не воды напиться», «Молодёжи о семейном праве», «Путь к себе. Психология здоровья», «Библиотека и семья» и др. При выборе форм мероприятий рекомендуется отдать предпочтение классическим формам работы, таким как обзоры, беседы, семейные часы, встречи с использованием интерактивного компонента. Привлечению молодых мам в библиотеку будет способствовать проект «Компетентная мама». Начать проект можно фотоконкурсом «Я читаю ... в ползунках», заодно выявив потенциальных участниц.

В стенах библиотек уместными будут встречи молодых семей с многодетными семьями типа «Святая наука расслышать друг друга»; совместные конкурсы, родительские конференции «Семейные традиции – основа духовного и нравственного развития детей».

Организация работы государственных музеев Брестской области с подростками и молодёжью

Работа государственных музеев Брестской области с подростками и молодёжью является приоритетной. Один из важнейших показателей эффективности и качества работы музеев с этой категорией посетителей – динамика посещений. За 2022 год количество посетителей, которые обучаются в учреждениях, реализующих образовательные программы общего среднего, профессионально-технического, среднего специального и высшего образования в государственных музеях Брестской области увеличилось на 56 % и составило 222 208 человек.

В государственных музеях Брестской области отработан алгоритм работы с подростками и молодёжью. Молодые люди ждут от посещения музея не только положительных эмоций, но и остроты ощущений, а также яркости впечатлений. Исходя из этого в музеях разработаны адресные проекты и программы, в том числе интегрированные в школьную и университетскую систему обучения, направленные на привлечение в музей молодёжи.

В УК «Брестский областной краеведческий музей» совместно со студентами Брестского государственного технического университета проводятся «КиберДни», во время которых экскурсии ведёт первый в Беларуси робот-экскурсовод. Для подростков с ограниченными возможностями создана и реализуется музейная программа «Это наши дети». Популярной формой работы в последнее время стали квесты «Путешествие в средневековый город», «Зналок городской природы», «Большие манёвры». Совместно с компанией «4 Room» состоялась серия квестов «Обнаружено в музее». Квесты в УК «Брестский областной краеведческий музей» и в его филиале «Археологический музей «Берестье» прошли в вечернее время с использованием подсветки.

УК «Березовский историко-краеведческий музей» проводит молодёжные квесты «Город дивный, город чудный...», «По следам Великой Отечественной...», «Невероятная пропажа в галерее», «В поисках артефактов», «Эхо столетий на древней кладке стен»; час музейного артефакта «Память в реликвиях войны», «Эхо воздушного боя», «Мы не все вернёмся из полёта»; музейный вечер памяти «Березовщина: дорогами мужества и славы». А так как современную молодёжь невозможно представить без гаджетов и интернета, музейщиками разработан виртуальный музей «Березовский картезианский монастырь» с использованием современных компьютерных технологий.

УК «Барановичский краеведческий музей» для увеличения интереса молодёжи к истории малой Родины разработал квест-игры по экспозиции и улицам города «Узнаем музей заново» и «По улицам города», а также пешеходные экскурсии: «Мозаики Покровского собора», «Прогулка по Мариинской», «Аптека Лаевского». Проводятся экскурсии по маршруту «Барановичи – Колдычевский лагерь смерти» (мемориал «Колдычевский лагерь смерти» (д. Колдычево Барановичский район), на место гибели лётчика-испытателя В. Карвата (д. Арабовщина Барановичский район), на место падения лётчиков-испытателей Лидской авиабазы Н. Куконенко и А. Ничипорчика (г. Барановичи).

УК «Ганцевичский районный краеведческий музей» проводит для подростков и молодёжи музейные уроки по гражданско-патриотическому воспитанию молодежи, уроки мужества, встречи с известными талантливыми людьми района.

В УК «Кобринский военно-исторический музей им. А.В.Суворова» проходят квест «Родной город: по следам истории»; экскурсии по городу. При музее действует клуб «Музей для юных друзей». Участники клуба – учащиеся 11 класса ГУО «СШ №1 г.Кобрин».

Большая работа с подростками ведется в ГУК «Военно-исторический музей им. Д.К.Удовикова». При музее работает подростковый военно-патриотический клуб «Пересвет», в деятельности которого принимают участие 15 подростков, находящихся на учете в ИДН Дрогичинского РОВД. Ежемесячно ребята участвуют в походах по историческим местам Дрогичинщины, ухаживают за захоронениями воинов и партизан по пути маршрута, а также за захоронениями участников войны. Подростки в качестве волонтеров участвуют в организации и проведении выставок на городских мероприятиях, а также праздников, проводимых на площадке у музея. Музей принимает участие в проведении пеших, велосипедных одно- и двухдневных походов по историческим и экологическим местам с учащимися Попинской, Именинской, Брашевичской и других школ Дрогичинского района.

Государственные музеи Брестской области работают в вечернее и ночное время, когда проводят традиционные музейные мероприятия: «Ночь музеев», «Берестейская маёвка», «Бал в усадьбе Немцевичей», серию вечерних квестов «Обнаружено в музее», «Световое шоу в археологическом музее «Берестье».

Необходимо отметить, что каждый государственный музей Брестской области нацелен на работу с подростками и молодёжью, которая составляет большую часть посетителей музейных объектов.

Однако в дополнение к классическим формам работы с молодыми посетителями музеев необходимо внедрять новые формы работы, так как досуг в жизни молодёжи имеет большое значение, помогая развиваться, расширять кругозор, находить новых друзей.

Для успешного проектирования инновационных форм образовательного молодёжного досуга можно использовать современный педагогический подход *эдьютейнмент*, основанный на принципе обучение через развлечение. Целью

такого подхода – вовлечение в образовательно-развлекательный процесс большой, недостаточно мотивированной к обучению аудитории. Но главное – не столько развлечь, сколько сформировать устойчивый интерес к изучаемой проблеме и стимулировать саморазвитие и самообразование. Для этого необходимо использовать современные аудиовизуальные и технические возможности, подавая материал в игровой форме, вовлекая аудиторию в практическую деятельность.

Создавать *медиапродукты для сети Интернет* (виртуальные туры, викторины, квесты), которые могут быть использованы удалёнными посетителями или людьми с ОВЗ. Так музеи получают виртуальных посетителей, которые учитываются при подведении итогов деятельности музея.

Проводить *квизы* – интеллектуально-развлекательные битвы, в ходе которых необходимо задействовать свою эрудицию, сообразительность и умение работать в команде. Участники заранее не должны знать тематику квиза, который длится 2,5 часа, включает 7 раундов и более 40 вопросов.

Устраивать *культурные субботники*. Отличительной особенностью от субботника в обычном понимании этого слова является, кроме приведения в порядок территории, краеведческое просветительство и культурно-развлекательная часть мероприятия.

Организовать при музее *Клуб волонтеров* для помощи в организации мероприятий, проведении опросов, организации мероприятий для посетителей с ОВЗ.

Проводить импровизированные действия в музее – *хэппенинг*, когда зрителей приглашают принять активное участие в проводимом музейном мероприятии. Например, в импровизационном создании художественных работ, импровизационное участие в музейной театрализованной мизансцене.

Для развития творчества и общения молодежи музеи могут предложить:

КВН, исторические игры;

музейные фестивали, которые способны аккумулировать достижения музейной работы в сотворчестве с партнерами и охватить широкий круг участников. Они дадут возможность музею войти в событийный календарь региона;

мастер-классы, являющиеся формой работы, направленной на погружение в предложенную тему и активное вовлечение посетителей в процесс создания (актёрское мастерство, народные промыслы, художественные техники, создание сувениров);

исторические реконструкции, в ходе которых воссоздаётся материальная или духовная культура определённой исторической эпохи, либо воспроизводится историческое событие. Так формируется круг людей, увлекающихся историей и искусством, которые станут друзьями музея;

комбинированные экскурсии, во время которых не только получают информацию о музейной экспозиции, но, по окончании ее выполняют задания. Например, рисуют понравившийся экспонат, расписывают блюдо.

Для формирования комфортной среды в музее могут проводиться: ***музейные гостиные, тематические балы, празднования важных событий в жизни человека (день рождения, свадьба), концерты, литературные вечера, театрализованные представления, свидания в музее, музейные баттлы, экскурсии-викторины.***

Немаловажным фактором для молодёжи является комфортная среда в музеях: наличие точек доступа Wi-Fi, кофе-автомата, оборудованных зон отдыха, возможность приобрести сувенирную продукцию.