



ГАУК  
«ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
БИБЛИОТЕКА КУЗБАССА  
ДЛЯ ДЕТЕЙ И  
МОЛОДЕЖИ»



**ЭКО-ТРЕНДЫ**

**В ОФОРМЛЕНИИ БИБЛИОТЕЧНЫХ  
СОБЫТИЙ**

Подготовила:  
**Шалагина Дарья**,  
менеджер отдела  
инновационно-методической  
и проектной  
деятельности

## **ЦЕЛЬ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ЭКОЛОГИИ**

### **ЗАДАЧИ:**

- дать определение понятиям: «экологическая эстетика» и «эко-тренды»;
- рассказать об эко-трендах и практике их применения в оформлении библиотечных событий;
- обозначить целевую аудиторию, на привлечение которой рассчитана эко-тематика в дизайне выставок;
- популяризировать формат **POP-UP** книги, как способ подачи визуального контента;
- обозначить «инструменты» для продвижения экологичной эстетики выставок.

## **ТЕЗИСЫ:**

**I.ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА. ЭКО-ТРЕНДЫ**

**II.ЭКО-ТРЕНДЫ В БИБЛИОТЕКЕ**

**III.ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА ЭКО-ТЕМАТИКИ**

**IV.ФОРМАТ РОР-UP КНИГИ**

**V.«ИНСТРУМЕНТЫ» ПРОДВИЖЕНИЯ**

**VI.МАСТЕР-КЛАСС «ЭКОЛОГИЯ КАК ИСТОЧНИК ТВОРЧЕСТВА»**

# I. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА

**Экоэстетика** исследует **взаимоотношения человека и биосферы**. Экоэстетика призвана менять взгляд людей на ранее незамечаемые и отрицаемые материальные и художественные ценности в природном и искусственно созданном пространстве.

Развитие экоэстетики определяется необходимостью решать проблемы глобального характера: угрозу экологического кризиса и рациональное использование природных ресурсов.

Экоэстетика способствует **комплексным исследованиям окружающей среды с точки зрения эстетики, искусствознания, культуроведения, социологии и др.** Ее основная задача: **отстаивание гуманистического, целостного отношения к природе.**

Аналогия эстетики природы с искусством и искусства с природой была заложена еще Иммануилом Кантом:

*«Целесообразность в продуктах прекрасного искусства, будучи преднамеренной, не должна казаться таковой, другими словами, в произведениях прекрасного искусства мы должны как бы видеть природу, сознавая при этом, что перед нами прекрасные искусства».*

Современное искусство побуждает зрителя: дать эмоциональную реакцию, задуматься над проблемами экологии и взять на себя ответственность за происходящее в мире.

Главная мысль современных художников: «**Запасной планеты – нет**». Но способов привлечь внимание к *экологической теме множество*. Мы поговорим о креативных подходах и эко-трендах.

## | ЭКО-ТРЕНДЫ

### **Апсайклинг**

**(от англ. upcycling)**

– повторное использование материалов; творческий подход к «новому прочтению» старых вещей.

### **Экофрендли**

**(с англ. ecofriendly)**

– мировоззрение дружелюбное к экологии. Сохранение и незагрязнение окружающей среды.

### **Артсайклинг**

**(от англ. artcycling)**

– направление в искусстве, которое показывает вариант художественного перевоплощения вторсырья.

## II. ЭКО-ТРЕНДЫ В БИБЛИОТЕКЕ

**Экоповестка** – одна из составляющих понятия «устойчивое развитие». Для России экологически устойчивое развитие и связанные цели – национальный приоритет.

Основная целевая аудитория в экопросветительской деятельности библиотек – молодёжь. Молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет обладают наибольшей мобильностью, гибкостью и социальной активностью. У этой возрастной категории в приоритете находится: *обучение, саморазвитие и самореализация, а также желание найти свое место в мире*. Поэтому они являются двигателями и амбассадорами экологического просвещения. Эксперты даже называют современных молодых людей «*экосапиенс*».

Инфлюенсеры искусства и апсайклинг-бренды учат «**осознанному потреблению**» во многом через красоту и дизайн. Поэтому **идея «вторичного использования»** уже несколько лет является модной тенденцией.

Мы вслед за ними предлагаем привлекать внимание к проблеме экологии с помощью **креативного подхода – экологичной эстетики** в библиотеке. И пусть как писал Достоевский: «красота спасёт мир!»

**«Зеленая» задача библиотек заключается в формировании** высокого уровня экологической культуры, соответствующего современным требованиям.

Суть нашего креативного подхода в том, что любой эко-тренд можно рассмотреть через призму своей деятельности и опыта. «Нарядить» его в свои смыслы и истории. Экопросвещение – это прежде всего «диалог», коммуникация, которая требует выбора стиля, тона и соответствующего формата.

## КАК МОЖНО

В оформлении областного конкурса «Семья.Книга.Кузбасс» мы выбрали эко-тему как лейтмотив, и это отразилось в каждой детали пространства: работы участников конкурса, книжного стеллажа и памятных подарков гостям.



В рамках **«ПУШКИНСКОЙ КАРТЫ»** мы используем библиотечное вторсырье в качестве материалов для мастер-классов.

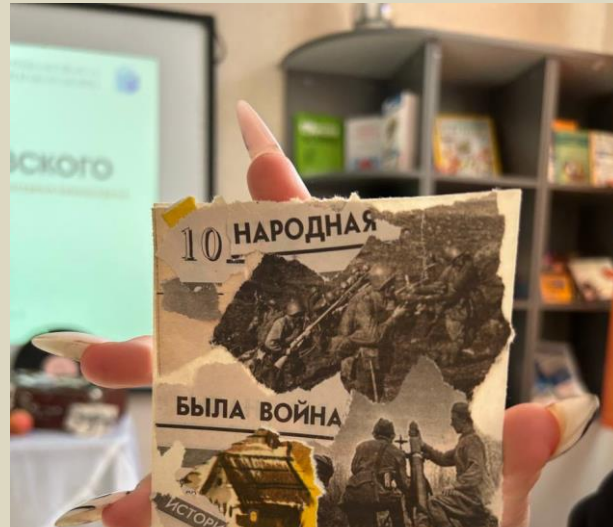
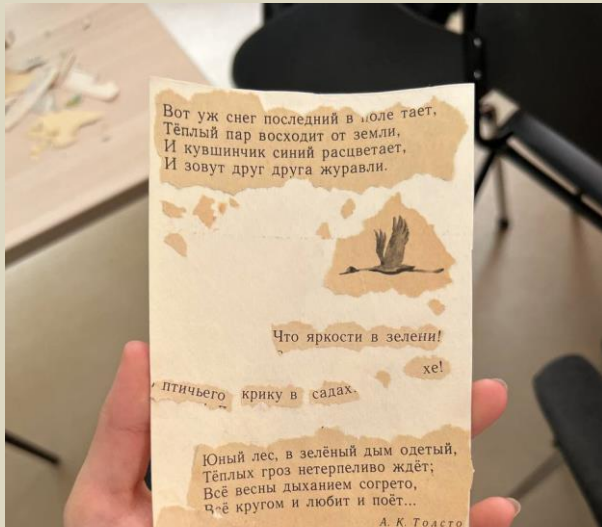
Литературная программа **«Уроки французского»** завершается созданием открыток в коллажной технике.

*Желтая бумага, фактурные страницы и газетные текстуры вызывают у школьников целый спектр положительных, ярких эмоций.*



10 КЛАСС,  
ГИМНАЗИЯ №1,  
Г.КЕМЕРОВО





8 КЛАСС,  
ГИМНАЗИЯ № 1,  
Г.КЕМЕРОВО

## III. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ЭКО-ТЕМАТИКИ

Как мы отметили ранее целевая аудитория экологической тематики – молодёжь, которую эксперты называют «экосапиенс». Для этих людей экологические ценности не просто слова, а действующие на практике экопривычки.

«Экосапиенс»-молодёжь **осознает свою роль и ответственность в будущем экологии планеты**. Но **проблема в том, что для выстраивания системного экоповедения**, важна также роль коллектива и, в целом, доверительный альянс с обществом.

Библиотека, как учреждение культуры, **может стать примером** того, как социальный институт реагирует на общемировую тенденцию повышенного **внимания к экологии**.

Для этого необходимо выбрать формат, стиль, язык и тон общения с целевой аудиторией «экосапиенс»-молодёжь. Нужно быть с ними на одной волне. А она звучит примерно так: **«относиться бережно к себе и природе»**.

Поэтому каждая деталь события или выставки должна соответствовать общей концепции и дополнять рассказываемую историю.

Креативный подход к экопросвещению апеллирует художественным образам, как инструментами эмоционального влияния на целевую аудиторию. Эмоции же подталкивают человека к желанию что-то изменить.

**БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ К ЛЮДЯМ ♥ ВНИМАНИЕ И ПОДДЕРЖКА**

«ДЕЛАЮТ ЧТО  
ПРОПОВЕДУЮТ»



«ЭКОСАПИЕНС»  
МОЛОДЕЖЬ

*особый интерес к  
проблемам  
окружающей  
среды не только на  
бытовом уровне,  
но и на  
профессиональном*

*остро ощущают свою  
сопричастность с  
глобальными процессами  
взаимодействия природы и  
человечества*

*активно говорят  
о проблеме  
экологии*

## IV. МАСТЕР-КЛАСС: ЭКОЛОГИЯ КАК ИСТОЧНИК ТВОРЧЕСТВА

- ОТКРЫТКА ДЛЯ ПОСТКРОССИНГА ИЗ БИБЛИОТЕЧНОГО ВТОРСЫРЬЯ
- ЧТО ТАКОЕ ПОСТКРОССИНГ?
- КОЛЛАЖНАЯ ТЕХНИКА

**МЕЙЛАРТ**  
(почтовое искусство  
и искусство переписки)  
**В КОЛЛАЖНОЙ ТЕХНИКЕ**

### Материалы:

- ножницы,
- заготовки из плотной бумаги или картона,
- клей-карандаш (7 шт.),
- вторсырье (книги-«лапша», списанные газеты и журналы),
- образцы готовых открыток.

Посткроссинг позволяет любому человеку отправлять и получать открытки со всего мира! За каждую отправленную вами открытку вы получите одну обратно от случайного посткроссера с другого конца света.

# МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ

ЭСТЕТИКА



| ПОСТКРОССИНГ



ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ  
ЭСТЕТИКА:  
КОНЦЕПЦИИ И  
ПОЗИЦИИ  
ПРОЗЕРСКИЙ В. В.

УСТОЙЧИВАЯ МОДА



ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ  
ПОВЕСТКА  
КАК  
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
ОРИЕНТИР  
РОССИЙСКОЙ  
ЭКОНОМИКИ И  
ОБЩЕСТВА

