

**Міністерство освіти і науки України
Навчально-методичний центр професійно-технічної освіти
у Чернігівській області**

**Сучасні форми організації дозвілля
у позаурочний час:**

квест, флешмоб, буккроссинг

Інформаційно-методичні матеріали

Чернігів
2014 рік

Вступ

Ми живемо в цікаву епоху, коли зміни стрімко набирають обертів, а це означає, що нам треба, по-перше, бути обізнаними в них, тримати руку на пульсі життя, а ,по-друге, гнучко адаптуватися до нових умов. І ті, хто не зможе (чи не схоче) так же швидко змінюватися, повторять долю «динозаврів».

Сьогодні молодь є інтелектуальною, творчо-розвиненою частиною нашого суспільства. Педагогу, який здійснює виховну роботу, щоб бути цікавим для молоді, слід проявляти при запровадженні тих чи інших сучасних форм роботи креативність – це здатність знаходити рішення в нестандартній ситуації, а також це спрямованість на нове й уміння глибоко усвідомлювати власний досвід.

Акцентуючи увагу на позаурочній роботі, можна відокремити основні характеристики дозвілля молоді:

- дозвілля має яскраво виражені фізіологічні, психологічні та соціальні аспекти;
- дозвілля засноване на добровільності при виборі роду занять і рівня активності;
- дозвілля передбачає не регламентовану, а вільну творчу діяльність;
- дозвілля формує і розвиває особистість;
- дозвілля сприяє самовираженню, самоствердженню та саморозвитку особистості через вільно вибрані дії;
- дозвілля стимулює творчу ініціативу;
- дозвілля є сферою задоволення потреб особистості;
- дозвілля сприяє формуванню ціннісних орієнтацій;
- дозвілля забезпечує задоволення та веселий настрій;
- дозвілля сприяє самовихованню особисті.

У цьому методичному листі звернемо увагу на деякі з сучасних понять щодо організації дозвілля: квест, флешмоб, буккроссінг.

*Рекомендовано
методичною радою НМЦ ПТО,
протокол №1 від 29.01.2014*

Упорядник: Голоवेशкіна Т.П. – заступник директора НМЦ ПТО у Чернігівській області

Квест

Квест— аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями.

Під час гри команди вирішують логічні завдання, здійснюють пошук на місцевості, будують оптимальні маршрути переміщення, шукають оригінальні рішення і підказки. Після завершення чергового завдання команди переходять до виконання наступного. Перемагає команда, що виконала всі завдання швидше за інших.

В залежності від місця проведення, змагання можуть бути різних видів:

- у приміщенні,
- на відкритому повітрі;
- залежно від типу завдань:
 - інтелектуальні,
 - ігрові,
 - пошукові.
- залежно від типу проходження:
 - лінійний,
 - нелінійний;
- залежно від території:
 - місто;
 - область;
 - країна;
 - міжнародний.

Будь-який квест має типові поняття:

- Час проходження - час, що витрачається на проходження всієї гри;
- Завдання - етап сценарія гри, що складається з одного або декількох завдань;
 - Капітан - обов'язковий учасник команди, який представляє її інтереси перед організаторами;
 - Мапа - мапа місцевості;
 - Квестер - гравець в один з видів квеста;
 - Код - буквено-цифрова інформація, яка служить для підтвердження проходження завдання та отримання наступного, або фіксації часу його проходження;
 - Команда - добровільне об'єднання, зареєстроване для участі у грі;
 - Рейтинг - кількісний показник (або показники) участі команди в грі протягом певного періоду часу;
 - Сценарій - сукупність всіх завдань, послідовність вирішення яких заздалегідь невідома учасникам і визначається в ході проходження рівней гри;
 - Учасник, гравець - особа, що бере участь у грі;
 - Чек-пойнт - пункт перевірки присутності команди на відповідному завданні.

Сценарій профілактичного квесту «Альтернатива»

Мета: формування позитивної мотивації для розвитку динамічної активності учнів; створення умов, що сприяють закріпленню дружніх відносин в учнівському колективі; розвиток почуття гумору, уяви, винахідливості; виховання поваги один до одного, почуття відповідальності.

В.1: Доброго вечора всім. Раді вітати вас на сьогоднішньому розважально-альтернативному квесті.

В.2: Дозвольте пояснити: квест – це спортивно-розважальна та інтелектуально-командна гра. Під час неї команди змагаються один з одним за перемогу та головний приз. Команди переміщуються від станції до станції та виконують різноманітні завдання.

В.1: Сьогодні ми пропонуємо вам взяти участь в квесті «Альтернатива». Цей квест присвячений здоров'ю та всьому, що з ним пов'язане. Отже, пропоную розпочати. Мета команд – виконати всі завдання та знайти першими приз. Приз схований у надійному місці. Але приз не один. Є і приз за друге місце. Він також схований, і тому команда, що впорається другою повинна буде також відшукати свій приз.

В.2: Зараз ви поділитися на дві команди і будете пересуватися станціями. На кожній станції вам видадуть завдання. За правильне його виконання ви отримаєте частину пазлу. В кінці квесту кожна команда повинна зібрати всі частини пазлу і скласти пазл. На іншому боці пазлу буде написано слово-код. Ви повинні його прочитати і сказати мені, за це я вам дам карту, де буде намальовано місце схованого кладу.

В.1: Отже пропоную поділитися на команди. У вас є 2 хвилини, щоб придумати назву команди.

Станція «Співоча». Учні повинні згадати 5 пісень, пов'язаних зі здоров'ям або здоровим способом життя. Після того, як вони придумали всі пісні, команда отримує пазл.

Станція «Акторська». Одному учаснику команди дається завдання – показати слово «олімпійський чемпіон». Інші учасники повинні здогадатися, що він показує. Після того, як учні вгадали слово, вони отримують пазл.

Станція «Малювальна». Команда отримує завдання – розмалювати фарбами малюнок, пов'язаний зі здоровим способом життя. Малюнок повинен бути якісним (гарним). Всі учасники повинні бути задіяні в його створенні. Після виконаного завдання учні отримують пазл.

Станція «Спортивна». На станції команда повинна виконати естафету. Учні шикуються один за одним, присідають та, тримаючись один за одного, проходять «гуськом» через обруч, потім кожен член команди пробігає із затиснутим між ніг м'ячем та передає його наступному учаснику, потім проносять тенісну ракетку з м'ячем по черзі, намагаючись не впустити м'яч. Після виконаного завдання учні отримують пазл.

Станція «Бухгалтер». Команді необхідно назвати кількість каштанів, що знаходяться в скляній банці. Учасники по черзі називають кількість каштанів у банці, ведучий говорить менше чи більше. Чим швидше учні вгадають кількість каштанів, тим швидше вони отримають частину пазлу.

Станція «Танцювальний марафон» Ведучий включає підряд декілька музичних треків. Учні повинні активно танцювати. Після виконання завдання команді дають пазли.

Станція «Ексклюзив». На станції необхідно показати щось ексклюзивне, те що складне або неможливо повторити. Кожен повинен показати щось. Після того, як всі учасники виконають завдання, команда отримує пазл.

Після отримання всіх частин пазлів команди складають слово-код. Це слово вони кажуть ведучому. Ведучий дає їм карту, де знаходиться головний приз (першій команді) та другий приз (другій команді).

Після того, як команди знайдуть приз вони збираються разом. Ведучі вітають переможців та роблять висновок про те, що метою квесту було показати, що в житті може бути багато інтересів. Відпочивати потрібно активно і цікаво, а також вести здоровий спосіб життя.

Додаток 1. Що необхідно для станцій.

Станція «Малювальна»

Фарби, пензлі, стакан з водою, 2 ватмани.

Станція «Спортивна» Обруч, м'яч, ракетка, м'ячик для тенісу.

Станція «Бухгалтер» Скляна банка, каштани.

Станція «Танцювальний марафон» Диск з музикою.

Станція «Ексклюзив» Покривало тощо.

+ 2 маршрутні листи, надписи з назвами станцій, 2 мапи з скарбом, 2 скарби, 2 пазли з підказкою.

Додаток 2. Маршрутний лист.

Маршрутний лист № 1

1	СТАНЦІЯ «МАЛЮВАЛЬНА»	Аудиторія 5
2	СТАНЦІЯ «СПОРТИВНА»	спортзал
3	СТАНЦІЯ «БУХГАЛТЕР»	аудиторія 6
4	СТАНЦІЯ «ТАНЦЮВАЛЬНИЙ МАРАФОН»	аудиторія 7
5	СТАНЦІЯ «СПІВОЧА»	Актова зала
6	СТАНЦІЯ «АКТОРСЬКА»	аудиторія 8
7	СТАНЦІЯ «ЕКСКЛЮЗИВ»	аудиторія 9

Маршрутний лист № 2

1	СТАНЦІЯ «ЕКСКЛЮЗИВ»	аудиторія 9
2	СТАНЦІЯ «АКТОРСЬКА»	аудиторія 8
3	СТАНЦІЯ «СПІВОЧА»	Актова зала
4	СТАНЦІЯ «ТАНЦЮВАЛЬНИЙ МАРАФОН»	аудиторія 7
5	СТАНЦІЯ «БУХГАЛТЕР»	аудиторія 6

6 СТАНЦІЯ «СПОРТИВНА»

спортзал

7 СТАНЦІЯ «МАЛЮВАЛЬНА»

аудиторя 5

Додаток 3. Назви станцій

СТАНЦІЯ «МАЛЮВАЛЬНА»

СТАНЦІЯ «СПОРТИВНА»

СТАНЦІЯ «БУХГАЛТЕР»

СТАНЦІЯ «ТАНЦЮВАЛЬНИЙ МАРАФОН»

СТАНЦІЯ «СПІВОЧА»

СТАНЦІЯ «АКТОРСЬКА»

СТАНЦІЯ «ЕКСКЛЮЗИВ»



Флешмоб

Не так давно до нашого лексикону увійшло слово «флеш-моб». Слово це чули, напевно, вже всі без винятку громадяни, що мають телевізор, інтернет або радіоприймач. Підсвідомо з контексту, в якому уживається дане слово, нескладно здогадатися, що цей термін означає які-небудь масові дії.

Флешмоб (англ. flash mob — «спалахуючий натовп», flash — спалах, mob — натовп) — це заздалегідь спланована масова акція, зазвичай організована через Інтернет або інші сучасні засоби комунікації, у якій велика кількість людей оперативно збирається у громадському місці, протягом декількох хвилин виконує заздалегідь узгоджені дії (сценарій) і потім швидко розходяться.

Немає єдиної думки з приводу того, яка мета проведення флешмобів. Учасники того самого заходу можуть переслідувати різні цілі. Серед можливих варіантів — розвага, порушення повсякденного ходу життя, справити враження на навколишніх, відчуття причетності до спільної справи, самоствердження (випробувати себе: «Чи зможу я це зробити на людях?»), спроба одержати гострі відчуття.

Далеко не всі вважають флешмоб новим явищем. Задовго до флешмоба були дуже схожі з ним явища, що позначаються не менш екзотичними для українського вуха словами «хеппенінг» і «перформанс». Між цими явищами дійсно багато загального.

Хеппенінг - різновид акціонізму 1960-х, 1970-х років. Акція хеппенінгу – це безфабульна дія, що розвивається без наперед запрограмованого сценарію і розраховане на спонтанні акції виконавців і на активну співучасть глядацької аудиторії. (англ. happening - що відбувається).



Перформанс (англ. performance - букв. - уявлення) – вид художньої творчості, що об'єднує можливості ізо-мистецтва і театру. Йому передували "живі картини", але остаточно він склався в акціях представників дадаїзму (основними принципами дада були ірраціональність, заперечення визнаних канонів і стандартів в мистецтві,

цинізм, розчарованість і безсистемність) і особливо концептуального мистецтва. На відміну від хеппенінгу, розрахованого на активну глядацьку співучасть, у перформансі цілком домінує сам художник або спеціальні статисти, що представляють публіці живі композиції з символічними атрибутами, жестами і позами.

І ще, флешмоб - це досить-таки парадоксальна річ: адже для одних людей він усього лише розвага, а для інших - вихід в інший світ.

До першої категорії людей відноситься та маса, яка заходить в Інтернет для пошуку розваг. І вони їх знаходять в тих же самих флешмобах, після яких ще довго спілкуються, обзаводяться новими друзями і т.ін.

Друга категорія відрізняється тим, що «живе» в мережі, тобто проводить в Інтернеті більше часу, ніж у реальному житті. Такі люди не особливо люблять натовп, їм цікавіше заводити віртуальних друзів й отоварюватися в інтернет-магазинах, ніж в звичайних. Для них флешмоб - це вихід в реальність. Їм подобається сам процес моба, а не те, що після нього, вони намагаються відчути кожную секунду і насолодитися кожним моментом дії.

Питання про флешмоби йдуть далеко в соціологію, філософію та, навіть, у політику. Для нас - це лише нова розвага, яка абсолютно не має негативних наслідків, зате дає «море» позитивних емоцій і дивне відчуття задоволеності.

Ідеологія класичного флешмоба дотримується девізу **«Флешмоб поза релігією, поза політикою, поза економікою».**

Рух флешмоба виходить із того, що у флешмоб-акції є *типові правила*. Найважливіші їхні пункти:

1. Флешмоб поза рекламою, поза політикою, поза економікою (ніхто з учасників не платить і не отримує грошей).
2. Дія повинна здаватися спонтанною (учасники не збираються в місці події до акції).
3. Точний час початку і кінця проведення (кожен із мобберів повинен точно виконати вказану в сценарії часову рамку, годинники учасників повинні бути синхронізовані).
4. Повинно скластися враження, що моббери - такі ж випадкові перехожі, як і всі інші (не спілкуватися один з одним до, під час і після акції в місці проведення).
5. Сценарій повинен мати абсурдний характер (дії мобберів не повинні піддаватися логічному поясненню).
6. Точне дотримання сценарією (креативний підхід тільки в обумовлених випадках).
7. Флешмоб не повинен викликати негативних емоцій, агресивної реакції випадкових глядачів.
8. Дії мобберів не повинні суперечити існуючому законодавству України. Після акції не повинно залишатися сміття.
9. Флешмоб повинен викликати подив, а не сміх (всі учасники повинні бути тверезими і розслудливими, робити все з серйозним виглядом, перебуваючи при здоровому глузді).
10. Після акції потрібно миттєво розійтися з місця дії в різні боки, не подаючи виду, що сталося щось незвичайне.
11. Заборонена фото-відео зйомка сторонніми особами з метою афішування (акція може бути знята «штатними» людьми за умови, що інформація не вийде за межі кола мобберів).

Здивувати. Саме так можна скорочено визначити сутність флешмобу для більшості людей. Прийнято вважати, що гра вперше з'явилася в Америці, країні, де перемога демократії є одночасною із формуванням індустрії. І в останній американці давно потонули. Індустрія тисне, а це відчутно скорочує простір для особистої свободи. Наслідком цього є депресія, розбите життя, постійний моральний дискомфорт. Хімічна реакція відбулась. Флешмоб є продуктом цієї реакції. Це – ліки від депресії, винайдені самим життям, це допомагає людям знайти себе, очиститися, позбавитися від сміття, що налетіло в голову.

Явище флешмоба почалося після того, як у жовтні 2002 вийшла книга соціолога Говарда Рейнгольда (en:Howard Rheingold) «Розумний натовп: наступна соціальна революція» (англ. Smart Mobs: The Next Social Revolution), у якій автор пророкував, що люди будуть використовувати нові комунікаційні технології (Інтернет, стільникові телефони) для самоорганізації. У червні 2003 Роб Зазуета з Сан-Франциско, прочитавши Рейнгольда, створив сайт flocksmart.com, на якому перші мобери стали домовлятися про збори.

Соціальний та політичний відтінок перетворює флешмоб на політ-моб або соціальний моб. Втім, звичайні люди часто називають флешмобами суспільно-політичні акції. Вони є простішим, оперативнішим і безпечнішим способом виразити суспільну думку або звернути увагу на ті чи інші проблеми, ніж мітинги або демонстрації.

Типові поняття флешмобу:

- акція - дія, виступ, конкретне кінцеве втілення сценарію;
- афтерпати - (скор. АП англ. after party) — зустріч моберів після акції;
- камертон - годинники, що перебувають у суспільному або іншому місцях, по яких мобери заздалегідь синхронізують власні годинники для точного прибуття на місце акції;
- класика - ФМ-акція, побудована на первинних основах ідеології цього руху: миттєве створення натовпу, абсурдність дій тощо;
- маяк - спеціальна людина, що перебуває на місці проведення деяких флешмоб-акцій, для того, щоб подати моберам умовний сигнал про її початок;
- медіа-група («Знімальники») - офіційні представники ФМ-організацій, що займаються зйомкою ФМ-акцій;
- мобер («Флешмобер») - людина, що бере участь у флешмоб-акціях;
- мобити («Мобитися») - брати участь у ФМ-акціях;
- мобплейс - місце проходження ФМ-акції;
- мобхаус (англ. mob-house) - особливий тип моб-перетворення реальності, що має у своїй основі довгострокову (у порівнянні зі звичайним мобом) взаємодію моберів і буття; проводиться значно рідше «звичайних мобів» і, на відміну від них, у переважно закритих приміщеннях, де мобери можуть відчутти себе тимчасово ізольованими від перехожих та помобити винятково для себе та своїх;
- парускерство - явище, яке полягає в порушенні правил (розмови, сміх і все, що не було заплановано в сценарії);
- парускери («смайлси», «Елвіси») - це мобери, що ігнорують правила ФМ;
- ЗМішники - фото-, теле- й інші репортери (преса), присутні на ФМ-акції;
- пінгвіни - люди, які знали про флешмоб, і прийшли на дійство просто подивитися, не беручи участь;

- струкси - мобери-туристи, що здійснюють паломництва в моб-спільноти інших міст, з метою «на людей подивитися — себе показати»;
- екстрим-моб - акції з яскраво вираженою екстремальною спрямованістю. Виконуються дії, що шокують навіть самих учасників. Акції не для всіх;
- date-mob - ФМ-акція, спрямована на знайомства моберів;
- Фан-моб - (англ. Fun-mob) флешмоб, що є за сценарієм або став під час проведення масовим приколом. Характеризується недотриманням правил, відсутністю у моберів особливого відчуття мобу;
- GFM («Global Flash Mob») всесвітня ФМ-акція, у якій бере участь максимальна кількість країн і міст;
- політ-моб («Соціальний моб») — акції соціальної й політичної спрямованості. Всі соціальні акції автоматично кваліфікуються як політичні, якщо ідея акції може бути інтерпретована як спрямована проти (або на користь) певних політичних сил, наприклад, владних структур.

Учасники флешмоб-акцій не отримують і не платять ніяких грошей за участь в ній. Це цілком добровільне заняття. Учасники можуть бути будь-якого віку і статусу, від підлітків до успішних людей. Комуś це просто розвага, для когось самоствердження. Але більшість це робить щоб відчутти себе особистістю, поза форматом, зламати стереотипи суспільної поведінки, і справити враження на оточуючих людей.

Учасники однієї і тієї ж акції можуть переслідувати різні *цілі*. Серед можливих варіантів:

- розвага,
- відчутти себе вільним від суспільних стереотипів поведінки,
- справити вплив на оточуючих,
- отримати гострі відчуття,
- відчуття причастності до спільної справи,
- групова психотерапія.

В основному цілі мобера — це чисто його психологічні потреби. Наприклад, самоствердження по типу «а слабо мені це зробити на людях», брак гострих відчуттів і адреналіну в крові, прагнення до причетності до загальної справи і т. д. А також чисто соціальні цілі — емоційна підтримка з боку групи мобберов і придбання нових друзів в стані флешмоб акції.

Сценарій флешмоба можна придумати який вам завгодно, головне несподіванка і здивувати натовп.

Флешмоб поділяється на категорії:

- Рекламного характеру,
- Вітальні,
- Презентаційні,
- Благодійні тощо

Ті, в свою чергу поділяються на стилі:

- 1) Танцювальний,
- 2) Вокальний,
- 3) Вокально-танцювальний,
- 4) Акробатичний,
- 5) Спортивний (також с атрибутикою: м'ячі, стрічки, ракетки тощо),
- 6) Театральний,

7) Арт-моб,

8) Фан-моб

та інші флешмоби за інтересами.

Етапи організації флешмоба:

1) Зустріч з однодумцями.

2) Утвердження чорнового сценарія флешмоба.

3) Початок роботи з організації флешмоба:

а) сценарій,

б) постановка флешмоба: хореографія, вокал, театральне дійство, розподіл ролей, спортивне дійство, схеми із людей тощо),

в) організація флешмоба:

· пошук додаткових учасників, постійний зв'язок з ними,

· збори на репетиції, пошук хореографів та організація схеми репетицій й поєднання людей,

· відповідальність за людей та за якість,

· визначення місця для репетицій,

· створення образів учасників,

· пошук, розробка костюмів тощо.

4) відеозйомка флешмоба та монтаж відеоролика з флешмобом (вітального, рекламного тощо)

Самий розповсюджений сценарій - це танець, наприклад у великому приміщенні група людей починає танцювати, потім приєднуються інші учасники акції.



Ще один цікавий сценарій - збираються учні у визначеному місці та часі зі своїми книжками й протягом певного часу читають. Потім усі розходяться. Це так званий «Книжковий» флешмоб».

У навчальному закладі флешмоб можна провести до свята першого квітня чи до будь-якого концерту. Або, постановку флешмоба зробити частиною участі у

внутрішньому проєкті. А може і у всесвітній павутині флешмоб організувати?! Проведену акцію зняти на відео та розмістити в навчальному блозі, наприклад, у блозі училищної газети або групи. Весело, цікаво, креативно!

Також, вже є приклади, коли в навчальних закладах організовують обмін цукерок на цигарки, пропагуючи боротьбу з ніотиновою залежністю серед молоді.



Сценарій: «Мильні кульки». Місце:Дата:Час: 16:00 Хід подій: Мильні кульки. У 16:00 всі збираються біля Дістаємо баночки з “кульками” мильними і протягом 3-5 хвилин пускаємо їх. Потім розходимося в “невідомих” напрямках.

Флешмоб «Зарядка». Місце проведення.... Реквізит: спортивний одяг. Сценарій: мобери за декілька хвилин до початку збираються, але не створюють натовпу. У визначений час з'являється ведучий, подає сигнал моберам зібратися всім разом навколо нього і починає проводити зарядку. Триває зарядка 3-5 хвилин, потім всі розходяться.

Представлені вище сценарії флешмобів являються лише «краплиною у морі» існуючих на сьогодні сценаріїв. Да і вигадати новий флешмоб не так і складно, якщо є фантазія і одностудці.

Цікаво, що у міру існування явища флешмобу стали з'являтися такі сценарії, які не відповідали його правилами. Самим словом «флешмоб» почали називати будь-яку акцію, в якій бере участь певна кількість людей. Це не так. Флешмоб - це акція, яка підпорядковується суворим правилам і законам. Хоча багато нових видів акцій «вийшло» з флешмобу, деякі з них стали настільки відрізнятися від нього ідеологічно і організаційно, що їх вже не можна відносити до різновидів флешмобу.

Мабуть, єдине, що об'єднує більшість акцій, - це прагнення зробити щось разом, та таке, для чого в звичайному житті потреби немає. Всі акції несподівані для випадкових глядачів. Основоположним же фактором є самоорганізація через сучасні засоби комунікації. Тому флешмоб у первісному значенні слова тепер називають класичний флешмоб.

Буккроссинг



Хоча для українців буккросинг - це нова культура, але вона знаходить все більше своїх прихильників у всьому світі.

Буккроссинг ([англ. bookcrossing](#)) — хобі та громадський рух, що діє за принципом соціальних мереж і близький до флешмобу. Буккроссинг — це процес визволення книг. Людина, прочитавши книгу, залишає («звільняє») її у громадському місці (парк, кафе, поїзд, станція метро), для того, щоб інша, випадкова, людина могла цю книгу знайти та прочитати; та у свою чергу повинна повторити процес. Спостереження за «подорожжю» книги здійснюється через спеціальні сайти в Інтернеті. Аналогія — орнітологічна практика окільцовування птахів, щоб відстежити їх переміщення.

Ідею буккроссингу запропонував спеціаліст з інтернет-технологій Рон Хорнбекер у травні 2002 року. Для початку він залишив 20 книг з пояснювальними написами в холі свого готелю. Через півроку на його сайті було біля 300 активних користувачів, які «відпускали» книги і приводили нових учасників.

Найбільшу популярність буккроссинг завоював у Італії. В італійському буккроссингу, який називають по-італійськи PassaLibro, беруть участь навіть серйозні організації. Наприклад, влада Флоренції подарувала руху 4000 книг, які були поширені ринками міста й будинку мерії.

Член руху буккроссингу (**буккроссер**) реєструється на спеціальному сайті (міжнародний, український). Потім він реєструє книги, що готується відпустити, створюючи таким чином свою «книжкову полицю». При реєстрації кожна книга отримує унікальний код книги ([англ. BCID — BookCrossing ID](#)). Буккроссер «звільняє» книгу на сайті (тобто робить запис, де, коли (буде) звільнена книга), і «звільняє» її в реалі. Людина, що знайшла («піймала») таку книгу, увійшовши на сайт і, ввівши код книги, потрапляє в журнал книги, робить там запис, про що повідомляється буккроссер, що відпустив цю книгу.

Буккросинг в Україні розвинений порівняно слабо. Полички буккросингу є у Києві, Миколаєві, Луцьку, Львові, Хмельницькому, Дніпропетровську, Кривому Розі та інших містах.



У місті Ніжині вже є такі приклади у міських бібліотеках, коли все ще простіше. Будь-хто може прийти в бібліотеку та із спеціальної валізи взяти уподобану книгу. А ось повертати її не обов'язково. Замість цього читач може принести з дому будь-яку свою книгу і покласти її до валізи.

Зразу на думку спадають гуртожитки, де є можливість організувати подібний буккросинг.



Використані Інтернет-джерела:

- <http://dozvillya.edukit.cn.ua/Files/downloads/Kvest Alternativa.doc>,
- <http://ru.wikipedia>,
- <http://razom.znaimo.com.ua/docs/1248/index-49535.html>,
- <http://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/fizkultura/scenariy-sportivnoy-kvest-igry-ostrov-zdorovya>,
- http://www.kbect.com/event_slovar/quest,
- <http://beket.kiev.ua/>,
- http://www.gorod.cn.ua/news_47517.html,
- <http://bookcrossing.net.ua/>.