

Министерство культуры Ростовской области
Донская государственная публичная библиотека

БЛОКНОТ МЕТОДИСТА

ВЫПУСК 8

Ростов – на - Дону

2018

Содержание

1. Гоценко М.В. Современные формы и методы профессионального развития библиотекарей. С. 3 -12
2. Ерохина О.В. «Библиотечная акция как искусство создавать событие!» С. 13-34
3. Хусточкина А.Н. Волонтеры в библиотеке. Аспекты успешного сотрудничества. С. 35-48

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ БИБЛИОТЕКАРЕЙ

*Гоценко Марина Валерьевна,
гл. библиотекарь научно-методического отдела
ГБУК РО «Донская государственная публичная библиотека»*

«Очень беспокойной будет жизнь библиотекаря в XXI веке... Только мы, библиотекари, можем доказать обществу свою ценность, уникальность, незаменимость. Но для этого мы сами должны работать иначе... Придется много учиться».

«В стратегическом плане вся система повышения квалификации должна быть направлена на то, чтобы каждая личность раскрылась в практической библиотечной работе на все 100% своих возможностей. Хорошая библиотека работает так же, как большой симфонический оркестр, в котором каждый исполнитель является мастером, а если нужно – солистом».

Сукиасян Э.Р.

В предлагаемой работе представлены материалы, касающиеся как традиционных, так и инновационных форм и методов повышения квалификации, стимулирующих у библиотечных работников потребность в самообразовании, создании в коллективах атмосферы творческого поиска. Работа составлена на основе просмотра, отбора и анализа наиболее интересных статей из профессиональных периодических изданий и адресована методистам и всем заинтересованным специалистам, занимающимся системой повышения квалификации библиотечных работников.

Проблемная ситуация в области библиотечных кадров известна и давно обсуждается на различных профессиональных площадках. И за последнее десятилетие она не изменилась в лучшую сторону. При этом проблемы идентичны для всех регионов России:

- низкий процент библиотекарей с высшим специальным образованием (В Ростовской области – 18,8%);
- старение кадров (в Ростовской области 30,7% основного персонала имеют возраст 55 лет и старше);
- отсутствие притока молодых специалистов;

- значительное сокращение приема в профильные ВУЗы и СУЗы;

- несоответствие имеющихся профессиональных компетенций современным требованиям.

Всё вышесказанное актуализирует проблемы сохранения и развития персонала библиотек. При этом практики считают, что для библиотек эффективнее и экономичнее повышать уровень уже имеющегося персонала на основе непрерывного обучения, чем привлекать новых сотрудников.

В этой связи стоит отметить, что сегодня, говоря об эффективности системы непрерывного повышения профессиональной квалификации, ставка делается на активные формы обучения, которые должны доминировать над пассивными. Использование различных видов процесса профессионального развития могут создать оптимальные условия для продвижения новых идей и технологий, продуктивного обмена библиотечным опытом.

Первоочередная задача обучения персонала - сформировать у библиотекарей устойчивую потребность к добыванию, использованию и распространению знаний, наладить непрерывное производство профессиональных знаний, т.е. создать систему самообучения. Чтобы быть результативным, повышение квалификации, должно охватывать все категории специалистов и строиться по принципу непрерывности, что обусловлено необходимостью поддерживать на должном уровне компетенцию библиотечного персонала на протяжении всего периода трудовой деятельности.

Один из путей реализации этого направления для библиотек в условиях существующих проблем – создание собственной внутрибиблиотечной системы повышения квалификации. Что делает учреждение самообучающимся? Нужно в коллективе сформировать определенную философию, культивирующую в учреждении творческую атмосферу: «День без новых идей - потерянный день». Привить вкус к знаниям, «помешательство» на их создании и внедрении, втягивающую сотрудников в процесс обучения: «Все учат всех».

Мониторинги мнений и предпочтений библиотекарей в отношении форм повышения квалификации показывают, что семинары остаются наиболее востребованными. В то же время специалисты методических служб считают, что в системе повышения квалификации чаще надо использовать активные формы, подразумевающие свободные дискуссии, активное вовлечение всех участников в процесс обсуждения: мозговые штурмы, тренинги, практическая работа в командах, создание временных рабочих групп при подготовке проектов, программ.

Словарь активных форм обучения

Ролевая игра относится к методам активного обучения. Это метод становится все более популярным при обучении руководителей разных уровней и кандидатов (резерв) на занятие руководящих должностей. Чаще всего ролевые игры используют в ходе тренингов различного рода. Особенно полезны ролевые игры при обучении навыкам межличностного общения, поскольку предполагают воспроизведение ситуаций, близких по своему содержанию к тем, в которые слушатели попадают в процессе межличностного взаимодействия с коллегами, руководством и подчиненными. Игровые ситуации обычно моделируют или воспроизводят реальные или типичные рабочие ситуации, где несколько обучающихся играют определенные роли (например, начальника и подчиненного, сотрудника организации и клиента) в определенных обстоятельствах, стараясь добиться решения поставленной учебной задачи. Участие в ролевых играх может предваряться специальным инструктированием со стороны преподавателя (тренера), которое задает основные условия, в которых разворачивается игровая ситуация. Возможности ролевых игр:

- проигрывание ролей и последующее обсуждение результатов ролевой игры позволяют слушателям лучше понять мотивы поведения и того работника, чья роль проигрывается, и мотивы противоположной стороны;
- участие в ролевых играх помогает увидеть типичные ошибки, допускаемые в ситуациях.

Баскет — метод (разбор деловых бумаг) - форма индивидуального обучения на основе имитации ситуаций, часто встречающихся в практике работы руководителей. Обучаемому предлагают выступить в роли руководителя, которому требуется в срочном порядке разобрать накопившиеся на его столе деловые бумаги (корреспонденцию, докладные записки, отчеты, факсы, телефонограммы и т.д.) и принять соответствующие решения. Ситуацию можно усложнить, включив в нее телефонные звонки, визиты разных людей, незапланированные встречи, экстренные ситуации и т.п.

В ходе самостоятельной работы слушатель должен проанализировать каждый документ, упорядочить всю предложенную информацию, выявить наиболее острые проблемы, установить, какая информация является наиболее существенной, и на основе этого анализа принять решения по предложенным материалам и подготовить соответствующие документы

(приказы, распоряжения, письма, служебные или докладные записки и пр.) для решения поставленных проблем.

Как правило, в рамках этого метода с деловыми бумагами работают индивидуально, но можно организовать взаимодействие обучающихся, раздав им разные пакеты документов и дав соответствующие инструкции.

Возможности данного метода: он развивает способность к анализу, систематизации и отбору наиболее важных факторов и их классификации с учетом важности и срочности, к формулированию путей решения разных проблем. Преимущества метода: высокий уровень мотивации участников и высокая их включенность в решение поставленных задач.

Баскет-метод позволяет оценить способность кандидата к работе с информацией, к ее распределению по степени важности, срочности, приоритетности и умение принимать решения на основе имеющейся информации.

Тренинг – форма обучения, в которой теоретические блоки материала минимизированы и основное внимание уделяется практической отработке навыков и умений. В ходе проживания или моделирования специально заданных ситуаций обучающиеся получают возможность развить и закрепить необходимые навыки, освоить новые модели поведения, изменить отношение к собственному опыту и подходам, ранее применяемым в работе.

В тренингах обычно используются разнообразные методы и техники активного обучения: деловые, ролевые и имитационные игры, разбор конкретных практических ситуаций и групповые дискуссии. Тренинги нацелены на развитие общего уровня компетентности обучающихся и эффективных навыков межличностного общения. Обычно в ходе тренингов делового общения рассматриваются следующие темы:

- структура процесса делового общения;
- управление процессом группового обсуждения проблем (групповая дискуссия, круглый стол, совещание);
- установление и поддержание психологического контакта. Пути повышения уровня сотрудничества в деловом общении;
- деловая беседа. Методы убеждения собеседника;
- умение слушать. Активное слушание;
- мотивация в деловом общении;
- конфликты в деловом общении. Конструктивная стратегия разрешения конфликтных ситуаций;

- выступление перед аудиторией (презентация подготовленных предложений).

Тренинг является очень эффективным методом обучения персонала, если основной целью его является овладение конкретными навыками или умениями, необходимыми для выполнения должностных функций, или их развитие. Несомненный плюс тренинга в том, что он повышает мотивацию персонала. Во время тренинга происходит не только передача знаний, что, безусловно, очень важно, но и определенная эмоциональная зарядка людей. Пробуждается, актуализируется потребность применить новые знания на практике, т.е. побудительные мотивы деятельности существенно возрастают. Обычно после хорошо проведенного тренинга 3-4 месяца сотрудники находятся в состоянии эмоционального подъема. В связи с этим желательно разработать тренинговую программу таким образом, чтобы в среднем тренинг проходил примерно раз в квартал.

Сегодня не вызывает сомнения то, что качественный тренинг, разработанный с учетом потребностей организации, способен дать весомые результаты. Однако в ожидании реальных изменений в поведении сотрудников необходимо понимать, что умение, навык формируется не менее чем после 21 повторения и сохраняется при регулярной практике! К тому же существует ряд причин, которые препятствуют закреплению навыков тренинга:

- дефицит самодисциплины для отработки и закрепления навыка / умения, полученного в ходе тренинга;
- желание делать сразу все быстро и правильно;
- психологический дискомфорт оттого, что не все получается;
- сложность анализа собственного настроения и поведения.

Таким образом, теряются до 80% приобретенных в ходе тренинга знаний.

В связи с этим очень важным является обеспечение поддержки изменений после окончания тренинга – посттренинговое сопровождение персонала (что пока еще большая редкость!).

Посттренинговое сопровождение (целый комплекс мероприятий и занятий, с актуализацией тем прошедшего тренинга) направлено на поддержание, закрепление и усиление тренинговых эффектов.

Конкурс профессионального мастерства - активная форма обучения, которая способствует углублению профессиональных знаний, развитию творческой инициативы и является своеобразным контролем за уровнем

самообразования. Библиотеки активно инициируют проведение профессиональных конкурсов.

Цель конкурсов - выявить лучших из числа профессионалов, привести в движение нереализованные профессионально-личностные возможности библиотекарей, привлечь внимание общественности к библиотечной профессии, поднять престиж и профессиональный статус библиотекаря, выявить талантливых сотрудников и стимулировать их дальнейшую творческую деятельность.

Эта форма - самая творческая из всех, мероприятия конкурса требуют тщательной подготовки и проведения большой организационной работы (создание положения о конкурсе, разработка конкурсных заданий, написание сценария, подготовка реквизита, покупка поощрительных подарков и т.д.). В результате конкурс становится ярким театрализованным праздником не только для участников, но и для зрителей.

Защита творческих работ является также активной формой обучения и развития, которая позволяет сформировать у обучающихся такие необходимые качества, как способность самостоятельно решать творческие и технологические задачи, принимать обоснованные решения, применять и использовать приобретенные умения, знания, навыки и информацию в различных сферах.

Процесс разработки творческой работы включает: проектирование, анализ проекта задания, выполнение эскиза или создание пилотной версии, анализ пилотного варианта, завершение проекта и защиту творческой работы.

Во время защиты автор должен представить (презентовать) свой проект: объяснить его актуальность, творческие аспекты, проанализировать трудности и ответить на вопросы слушателей.

Для предварительного просмотра работ могут быть приглашены специалисты библиотеки, читатели, представители общественности.

Оценка выставляется по соответствию проекта заданию, уровню творческого воплощения (креативности) и другим специально разработанным критериям. Критерии оценки должны быть разработаны заранее и доведены до сведения участников.

Оценку, выставленную экспертами или жюри, следует сравнить с коллективной оценкой зрителей и прийти к окончательному решению после обсуждения анализа творческих работ.

Разбор практических ситуаций (case-study) — метод изучения ситуаций из опыта практической деятельности организации. Это один из самых старых и испытанных методов активного обучения навыкам анализа проблем и подготовки решений.

Цель этого метода – научить слушателей, как при самостоятельной работе, так и при работе в группе анализировать информацию, структурировать ее, выявлять ключевые проблемы, генерировать альтернативные пути решения, оценивать их, выбрать оптимальные и вырабатывать программы действий

Основное назначение метода - закрепление и углубление знаний, выработка алгоритмов анализа типичных ситуаций, позволяющих быстро узнавать аналогичные ситуации в практике своей работы и принимать по ним наиболее действенные решения, а также активизация обмена опытом между слушателями. Метод можно использовать для проверки понимания слушателями уже пройденного материала, оценки его усвоения, определения умения применять полученные знания на практике. Если же для анализа и разбора предлагаются реальные проблемы организации, то это позволяет приблизить процесс обучения к профессиональной деятельности слушателей и получить реальную практическую отдачу от реализуемых учебных программ.

Порядок работы над практической ситуацией:

1. Ознакомление с ситуацией.
2. Выявление проблем.
3. Анализ имеющейся информации.
4. Уточнение выявленных проблем и определение степени их значимости.
5. Анализ сильных и слабых сторон рассматриваемой ситуации.
6. Формулирование альтернативных решений.
7. Оценка предложенных альтернатив.
8. Подготовка решений по итогам рассмотрения практической ситуации.
9. Презентация результатов проведенного анализа.
10. Обсуждение выступлений и подведение итогов проведенного анализа с участием преподавателя.

Результаты работы могут быть представлены в письменном виде (если решение индивидуальное) или в форме устной презентации от лица группы с наглядными материалами, содокладами (при групповой форме). Достоинства метода:

- Каждый участник имеет возможность сопоставить свое мнение с мнением других участников;

- Актуальность решаемых проблем и их тесная связь с профессиональным опытом участников;

- Высокая мотивация и высокая степень активности участников.

Недостатки метода:

- Плохо организованное обсуждение может потребовать слишком много времени;

- Можно не достичь желаемых результатов, если участники не обладают необходимыми знаниями и опытом;

- Высокий уровень требований к квалификации преподавателя, который должен правильно организовать работу и задать направление обсуждения, чтобы добиться желаемого результата.

Мозговой штурм (мозговая атака) – эффективная форма обучения, стимулирования новых идей и творческих предложений, поиска быстрого и легкого пути решения сложных проблем и принятия решений.

Этот метод применяется для тренировки и активизации творческого мышления. Допустимое количество участников – от 5 до 15 человек, причем участие в мозговой атаке не следует ограничивать только членами одного коллектива, можно пригласить представителей смежных профессий. Длительность проведения мероприятия – от 15 до 1-2 часов, в зависимости от характера и сложности проблемы.

Основные этапы проведения «мозговой атаки»:

- Постановка проблемы
- Подхватывание и развитие идей любого рода
- Поддержка и поощрение каждого участника
- Фиксирование всех предложений
- Отбор и оценка идей по окончании «атаки»
- Составление окончательного списка практически применяемых идей.

«Мозговой атакой» руководит ведущий. «Штурм» начинается с его вступительного слова, объясняющего проблему и необходимость ее решения. Затем он предлагает участникам выдвигать или сам для начала выдвигает 1-2 идеи.

В течение 10-15 минут каждая группа обсуждает конкретный вопрос (например, какие проекты мы хотим разрабатывать в будущем году, как привлечь новых пользователей?). Каждый из участников предлагает свою

идею, при этом обязательно один из участников абсолютно все идеи записывает. Очень важно зафиксировать ВСЕ идеи. Удобно и практично писать каждую из идей на отдельной карточке, а потом группировать их по темам или направлениям деятельности.

Существует жесткое правило – во время мозгового штурма категорически запрещается обсуждать и комментировать предлагаемые идеи. Важно собрать их как можно больше, какими бы нелепыми и абсурдными они не казались на первый взгляд.

После того, как время истекло, можно начинать группировать идеи в зависимости от их содержания. Вот на этом этапе возможны дискуссии, обсуждения, привлечение экспертов и пр. После того, как в зависимости от содержания и формы идеи отобраны и сгруппированы, дается оценка групповой работе.

Хорошо каждой из групп дать название, присвоить номинацию, исходя из тематики и содержания заявленных ими идей.

Необходимо отметить большую роль руководителя обсуждения. 50 % успеха зависит от ведущего. Он должен хорошо знать цели и предмет обсуждения, быть терпеливым, благожелательным, остроумным. От того, как он настроит аудиторию, как будет управлять процессом генерирования идей, зависит успех мозгового штурма.

Достоинства метода:

- метод весьма прост, эффективен, даже если участники не очень компетентны и малоопытны;
- не требует предварительного обучения участников, кроме ведущего, который должен знать теорию метода, методику проведения, знать предмет обсуждения;
- с помощью этого метода можно наглядно показать, что у одной и той же задачи есть много разных решений и каждое из них правильно, но только для своих конкретных условий;
- можно научить робких и застенчивых, снять страх у нерешительных и с низкой самооценкой сотрудников — они будут здесь говорить свое мнение, не боясь ошибиться;
- можно научить сотрудников слушать своих коллег, уважать и свое, и чужое мнение, психологически сблизить группу и сдружить;
- можно научить персонал позитивной критике. Недостатки метода мозгового штурма:
 - он не пригоден для решения сложных проблем и трудных задач;
 - не имеет критериев оценки силы решений;

- отсутствует четкий алгоритм целенаправленного движения от слабого к сильному решению;
- затруднительно определить авторство лучших идей. Имеет смысл этот щекотливый вопрос оговорить до начала штурма;
- процессом решения необходимо искусно управлять, чтоб он шел по направлению к сильным решениям, практичным идеям.

Список использованных источников:

1. Гендина, Н. И. Тренинг - тренеров как новый формат повышения квалификации школьных библиотекарей в сфере формирования информационной культуры личности: опыт, проблемы, перспективы / Н. И. Гендина, Г.А. Стародубова, Л.Н. Рябцева, Е.В. Косолапова // Школьная библиотека. - 2015. - №7.- С.47-53.
2. Булычева А. А. Профессиональное обучение и развитие кадров библиотек / А. А. Булычева, М. И. Ломшин // Научное мнение. – 2015. – № 3.– С. 129–133.
3. Оруджева, Е. И. Формы и методы обучения персонала / Е. И. Оруджева. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.publiclibrary.ru/librarians/issue/sbornik13-16.htm>
4. Ступени к мастерству: современные формы и методы профессионального развития библиотекарей: методический сборник / ГБУК СК «СКДБ им. А.Е. Екимцева» ; НМО; сост. Н.Д. Иванова; ред. Н.П. Яркина. – Ставрополь, 2016. – 32 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа https://www.ekimovka-metod.ru/files/izdaniy_metod_ot/New_metod_prof_science.pdf
5. Формы и методы повышения квалификации современного библиотекаря: методическое пособие /сост. Г.М. Павлова; СГКУНБ им. М.Ю. Лермонтова. – Ставрополь, 2010.- 36с.
6. Шевелева, Т. Восхождение к мастерству: индивидуальные траектории обучения / Т. Шевелева // Библиотека – 2016. – №4. – С. 18-20.

«Библиотечная акция как искусство создавать событие!»

*Ерохина Ольга Васильевна,
гл. библиотекарь научно-методического отдела
ГБУК РО «Донская государственная публичная библиотека»*

Поводом для написания данной консультации послужила юбилейная дата великого русского писателя – Ивана Сергеевича Тургенева. В 2018 году 9 ноября ему исполняется 200 лет.

И.С. Тургенев создал всколыхнувший общество новый русский роман, пленительные образы тургеневских девушек и стихи к бессмертному романсу «Утро туманное, утро седое».

*Самое достойное мероприятие в память о нём – это проведение **Акции**, где главное, сквозное действие - **чтение его произведений вслух**.*

Как провести такую акцию и каковы общие правила её организации?

Иногда какое-либо мероприятие называют акцией неоправданно. А это значит, что организовать, провести акцию совсем не так просто. Произвести впечатление на современного пользователя и сделать его посещение библиотеки ярким событием – задача не из легких. Нужно уметь показать нестандартное содержание и форму, новое видение, новую лексику, новые способы коммуникации, внести ауру новизны и работать в опережающем режиме. *Для всех разновидностей акций существуют определённые правила их организации и проведения. Но сначала следует разобраться с семантикой термина «акция». Что значит это слово?*

Акция (лат. actio) – действие, направленное на достижение какой-либо цели,

например: политическая акция, дипломатическая акция, экологическая акция, молодежная акция и др.

Цель организации библиотечной акции - не только привлечь внимание к библиотечным услугам потенциальных пользователей и закрепить выгодные взаимоотношения с постоянными читателями и партнерскими организациями, но и сделать библиотеку «видимой» для всего местного сообщества. В зависимости от поставленных целей акции, проводимые в библиотеках, можно условно классифицировать на несколько видов:

- благотворительные
- протестные
- в поддержку чтения.

По времени проведения это могут быть разовые, долгосрочные и постоянно действующие акции. Библиотечные акции отличаются от других форм массовых мероприятий, проводимых библиотеками.

В чём проявляется это отличие?

- Во-первых, акция – это вовлечение в некое действие, движение, событие для достижения поставленной цели.
- Во-вторых, акция – это обязательно яркое событие, привлекающее внимание и читателей, и прохожих, и что важно – партнёров.
- В-третьих, акция – это большое комплексное мероприятие, продолжительность которого зависит от поставленных задач.

Подготовка любой акции – процесс многоплановый, требующий своевременного вовлечения многих структур (как внутри библиотеки, так и за её пределами) и координации их взаимодействия.

При организации библиотечной акции следует избегать назойливости промо-акций и агрессивности акций политических.

Чтобы придать важность акции, получить от нее не только общественный резонанс, но, прежде всего, эффективный результат, необходимо четко продумать цели, содержание и организацию проводимых в рамках акции мероприятий. Для этого необходимо:

1. Понимание, каким должен быть результат (четкая цель — четкий результат);
2. Четкий сценарий (программа) с задачей для каждого участника и кульминационным событием в ходе акции. Каждое крупное мероприятие программы акции должно иметь отдельный сценарий;
3. Яркий формат (удачное название, лозунг, необычная атрибутика, яркое действие и пр.);
4. Привлечение партнеров на взаимовыгодной основе;
5. Реклама мероприятий, информационная поддержка СМИ;
6. Состязательность (конкурсы, турниры);
7. Использование современных средств общения (Интернет, мобильная связь и т.п.);
8. Поощрение участников акции и демонстрация ее итогов.

Остановимся подробнее на пошаговом создании акции.

Шаг первый. *Определение информационного повода.*

Повод для акции может быть любой:

- значимая (юбилейная) календарная дата: политическая, историческая, литературная и др. (в масштабах страны, региона, города и т.п.); ведущая тема года;
- значимое событие в стране, мире (новый законопроект, выборы, военный конфликт, катастрофа и др.);
- проблема, волнующая всех (экология, наркомания, СПИД, нацизм и др.);
- проблема, волнующая отдельные категории населения: родителей, педагогов, библиотекарей (чтение детей, молодежи; правовое просвещение молодежи, семейное чтение и др.);
- проблема учреждения, в частности библиотеки: нехватка средств, книг; закрытие библиотеки и др.;
- реализация программы, проекта в библиотеке.

Иногда информационный повод находится на поверхности — освещается во всех СМИ, тревожит умы населения, активно обсуждается.

Принятое решение о проведении акции должно быть зафиксировано **в соответствующем приказе**, который юридически закрепляет сам факт необходимости проведения мероприятия, назначает ответственных лиц за его организацию, проведение и осуществление контроля за исполнением.

Шаг второй. *Определение целевой аудитории.*

Определение главных участников акции очень важно. От того, кто станет основным участником акции, зависит разработка всей её программы (сценария). Чем конкретнее читательские группы (участники акции), тем нагляднее и эффективнее может быть полученный результат акции.

- Молодежь (студенчество, работающая молодежь, старшеклассники);
- дети (дошкольники, школьники различного возраста, дети с девиантным поведением, дети с ограниченными возможностями);
- Молодые родители. Многие библиотеки начинают работать с этой аудиторией буквально с первых месяцев беременности мам;
- Читатели, условно поделенные на группы по профессиональным признакам:
 - предприниматели,
 - педагоги и воспитатели,
 - муниципальные служащие и др.;
- Массовый читатель. Это самая многочисленная группа, но на такую аудиторию рассчитаны чаще всего акции-однодневки, акции общего характера.

Шаг третий. *Ключевые моменты акции.*

Планирование стратегии, т.е. определение ключевых моментов акции. Определение ключевых моментов планируемой акции: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, кто участники, на кого рассчитана акция, какие ожидаются результаты и т.п. Все эти моменты очень важны и должны быть конкретны.

Шаг четвертый. *Составление плана.*

Составление плана проведения акции включает:

- определение темы акции;
- определение цели и задач акции;
- название, девиз;
- определение даты (место, время) проведения;
- разработка положения о проведении акции;
- распределение и закрепление ответственных за акцию;
- составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;
- рассылка пресс-релизов, привлечение СМИ;
- подготовка атрибутов акции;
- подготовка и тиражирование печатной продукции (плакаты, закладки, буклеты и пр.);
- определение сметы акции.

Шаг пятый. *Написание программы акции.*

Мы уже говорили ранее, что акция — это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера. А чтобы оно было таковым, в программе должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, чтение вслух, игра-шоу и т.п. Программа акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели. От цели зависит и продолжительность акции. *Каждое крупное мероприятие акции должно иметь свой сценарий.*

Примерные формы мероприятий программы акции:

- * праздники, презентации, экскурсии, шествия;
- * встречи с писателями, известными людьми;
- * дискуссии, конкурсы, фотоконкурсы, викторины;
- * опросы, анкетирования, тестирования;
- * игры, кукольные и др. театрализованные спектакли;
- * книжные выставки-просмотры, громкие чтения (*чтение художественных и поэтических произведений вслух*).

Шаг шестой. Оповещение о предстоящей акции.

Информация об акции (условия, мероприятия, поощрения) размещаются в вузах, в общественных местах, библиотеках, СМИ. Информационное сопровождение должно идти на протяжении всей продолжительности акции на сайте библиотеки, в социальных сетях. Оповещение и приглашение предполагаемых участников зависит от вида акции и масштабности. В одних случаях это могут быть адресные приглашения в форме письма – приглашения или пригласительного билета, в других – рекламные, или информационные письма, текст которых строится по схеме: кто приглашает – куда приглашает – когда и где произойдет – порядок участия – приглашение к участию. Обязательна рассылка пресс-релизов с целью привлечения внимания СМИ.

Необходимо помнить! Если акция получает информационное освещение со стороны печатных СМИ – число людей, которые узнают о её проведении, увеличивается в десятки раз. Если акция освещается электронными СМИ – аудитория увеличивается в тысячи раз. Таким образом, СМИ выступают в качестве наиболее эффективного инструмента коммуникации между библиотекой и обществом.

Шаг седьмой. Проведение акции.

Для осуществления организационной работы создается рабочая группа (при центральной библиотеке муниципального образования), которая занимается подготовкой и проведением Акции. **Для проведения акции необходим один координатор** (модератор, ведущий, организатор — тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию). Организатор должен знать все варианты проведения акции, в том числе и при непредвиденных обстоятельствах, например: что делать, если будет плохая погода? что делать, если участников будет меньше, чем планируется? что делать, если не хватит средств, призов? что делать, если не приедут СМИ? и др. неожиданные ситуации.

Координатор-специалист определяется из членов рабочей группы и отвечает за проведение всей Акции.

Шаг восьмой. Анализ акции. По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя следующие важные компоненты:

- ход мероприятия в целом;
- наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности, с которыми пришлось столкнуться при организации мероприятия;
- общую эффективность мероприятия;
- отклики в СМИ на проведенную акцию;
- отзывы участников акции.

Такой анализ поможет организаторам акции сделать выводы, уроки и рекомендации, которые необходимо учесть при организации последующих акций (мероприятий). И самое главное — удалось ли донести ту ключевую мысль, идею, которая вкладывалась в акцию! Ведь, по сути, смысл любой акции — это возможность и умение донести своё видение проблемы через различные сюжеты, действие, используя определенные формы, механизмы, последовательность действий.

Все эти этапы должны в обязательном порядке осуществляться последовательно!

Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание. В этом заключается основной алгоритм акции:

СОДЕРЖАНИЕ — ЧТО? ФОРМА — КАК?

*На примере акции «Читающий студент»
рассмотрим все этапы ее организации и проведения.*

Примерная программа акции:

- открытие акции в большом зале библиотеки;
- анкетирование студентов в стенах библиотеки и в вузах;
- конкурс эссе «Слово о любимой книге»;
- опрос «Голосуем за книгу» с помощью SMS-сообщений канала мобильной связи TELE 2;
- дискуссия «Человек читающий» на форуме библиотечного сайта;
- опрос «Писатели – лидеры Интернет-форума»;
- заключительное мероприятие «Библиотечная тусовка».

1. Акция посвящена году молодежи.

2. Участники акции — студенты вузов.

3. Цель акции: организовать обмен впечатлениями от прочитанного, познакомиться с мирами чтения друг друга и открыть для себя новые книги.

4. Задачи акции:

- создание условий для ориентации в лучшей литературе, выдержавшей проверку временем и признанной таковой самими читателями;
- формирование у читателя навыков выбора нужной для него книги, составления собственного мнения о прочитанном, совершенствование навыков ведения дискуссии;
- вовлечение в процесс акции чтения не читающих студентов;
- стимулирование читательской деятельности самих библиотекарей.

5. Удачное название «Читающий студент» и девиз «Создай свое будущее — читай!».

6. Продолжительность акции — 2-3 месяца. Это оправданно поставленными задачами акции.

7. Партнеры акции:

- библиотеки города и области;
- учебные учреждения;
- местные СМИ;
- общественные молодежные движения;
- книготорговые организации;
- фирмы, ориентированные на молодежную аудиторию: компании сотовой связи, туристические фирмы, спортивно-развлекательные центры, магазины молодежной моды, спортивных товаров.

8. Информация об акции (условия, мероприятия, поощрения) размещаются в вузах, в общественных местах, библиотеках и СМИ. Информационное сопровождение должно идти на протяжении всей продолжительности акции через сайты библиотек, социальные сети, пригласительные билеты и т.д.

9. Для успешного проведения акции необходимо разработать рекламную продукцию:

- флаеры с девизом акции;
- открытки-приглашения с программой акции;
- листовки с высказываниями о чтении известных людей;
- книжные закладки;
- рекомендательные списки: «Эти книги читает весь мир», «Люди, книги, карьера», «Книги для жизни», «Обсуждают в Интернете, прочитай» и др.;
- аннотированные рекомендательные списки лучших молодежных, познавательных, литературных сайтов.

Уважаемые коллеги, мы уже с вами называли три самых распространенных вида акций, которые чаще всего проводятся библиотеками, это:

- 1. Протестные:** «Нет наркотикам», «Зона риска», «Право на жизнь», «Погасшие звезды», «Территория тревоги», «Дымная петля» и др. против неорганизованных мусорных свалок, ...
- 2. Благотворительные акции** (в помощь библиотекам, другим нуждающимся): «Поможем друг другу», «Библиотека — читателю, читатель — библиотеке», «С миру по книжке», «Подари книгу библиотеке», «Подари тепло души своей», «Корзина радости», «Поможем бездомным животным» и др.
- 3. В помощь продвижению чтения можно выделить несколько видов акций, это:**

Акции общего характера: «Мир чтения», «Чтение — как фактор социального успеха», «Передай книгу другу», «Стань читателем», «Читать — это модно», «Читать — это здорово!», «Дед Мороз читает книгу», «Запиши друга в "Маяковку"», «Виват, студент! Виват, библиотека!», «Самый читающий класс», «Читающий город», «Читающий трамвай, автобус, такси», «Письмо ровеснику: Я хочу рассказать о книге...», «Удиви родителей» и др.

Акции тематические: «В согласии с природой — в согласии с собой», «Прочитай книгу о войне», «Прочитаем книгу по истории России», «Твой символ», «Район, в котором мы живем», «Письмо ветерану», «Чтобы помнили». «Поздравь ветерана», «Время читать классику» и др.

Акции для молодых родителей: В последнее время в библиотеках большое распространение получили акции для малышей и их родителей: «Читаленок», «Чтение с рождения», «Расти с книгой, малыш», «Читай, я буду слушать!» и др.

А также акции:

* *Акции к юбилейным литературным датам (это могут быть не только юбилейные даты писателей, поэтов, критиков и т.д., но и юбилейные даты книги, литературного события и т.д.)*

* *Акции по одной книге, по творчеству одного писателя*

* *Рекламные акции (о библиотеке и ее возможностях)*

Одним из важных условий проведения масштабной акции в настоящее время является наличие финансирования, поэтому обязательным условием на этом этапе является поиск партнеров, спонсоров для проведения мероприятий. Причём цель такого партнёрства должна быть не односторонней, а иметь взаимную пользу.

В качестве партнёров могут выступать как представители администрации района, так и коммерческие организации, частные предприниматели, которые в рамках акции могут организовать рекламу своих услуг и продукции среди населения (широкое распространение получили библиотечные площадки, сопровождающиеся дегустацией продукции кондитерских фирм, мастер-классами по современным техникам рукоделия, искусству рисунка, визажа, фотографированием желающих и т. п.). Партнерами акции могут стать общеобразовательные учреждения, различные общественные организации, объединения, частные лица и др.

После успешного завершения Акции важным является вынесение благодарности партнёрам. Желательно это делать не только в формате благодарственного письма, но и публично через СМИ, сайты, социальные

сети и т.д. Подобное внимание будет способствовать дальнейшему многолетнему сотрудничеству.

И несколько слов в заключении - искусство создавать акцию — это искусство создавать событие, используя имеющиеся ресурсы, опыт и внутреннее чутье, четко осознавая ответственность за тот результат, который будет получен.

Список использованных источников:

- Искусство привлекать: методическое пособие в помощь проведению библиотечных акций /Волгоградская ОУНБ им. М. Горького. – Волгоград, 2014. – 35 с.
- Корнева Ю. От «открытого» чтения к творчеству и познанию. - Библиотечное дело. – 2016. - № 9. – с. 18 – 20. (*Примечание: весь журнал посвящен библиотечным акциям!*)
- Копылова В.М. Консультация «Искусство создавать акции» для специалистов библиотек [Электронный ресурс]: сайт / В.М. Копылова. – Режим доступа: <http://lib-avt.ru/kollegam/iskusstvo-sozdavat-akcii>
- Шестерикова Т.А. Социокультурные акции в библиотеке: творческий подход в продвижении книги и чтения [Электронный ресурс]- Режим доступа:http://www.rba.ru/cms_rba/news/upload-files/meeting/2015/30/20_05/22.pdf

Приложение № 1

Положение о библиотечно-читательской акции «Книги, которые меня потрясли»

1. Общие положения

1.1. Акция «Книги, которые меня потрясли» (далее – Акция) рассматривает поддержку чтения как одну из приоритетных задач развития современного общества, направленную на формирование личности на основе чтения лучших образцов художественной литературы.

1.2. Акция проводится в соответствии с планами мероприятий **Белгородской государственной универсальной научной библиотеки** и муниципальных библиотек области на 2010 год.

1.3. Настоящее Положение определяет статус, цели, задачи, порядок проведения Акции.

2. Учредители и организаторы Акции

2.1. Организатор:
Белгородская государственная универсальная научная библиотека.

2.2. Исполнитель:
Муниципальные библиотеки области.

3. Цель и задачи

3.2. Цель:

Содействие духовному развитию жителей области, формирование престижа книги и чтения среди белгородцев.

3.3. Задачи:

- приобщение населения к чтению лучших образцов классической литературы и повышение читательской культуры;
- поддержка и развитие читательского интереса к художественной литературе;
- организация полезного досуга граждан;
- привлечение к проблемам чтения внимания специалистов, государственных и общественных деятелей;
- привлечение потенциальных читателей в библиотеки области.

4. Участники Акции

4.1. Участниками Акции могут стать все жители Белгородской области.

5. Срок и место проведения Акции

5.1. Начало акции должно быть объявлено 23 апреля 2010 года (Всемирный день книги и авторского права) в муниципальных библиотеках Белгородской области.

5.2. Открытие Акции проводится торжественно с приглашением почетных гостей.

5.3. Торжественное закрытие Акции состоится во время проведения Дней литературы в Белгородской области.

6. Порядок и условия проведения Акции

6.1. Для осуществления организационной работы создается рабочая группа (при центральной библиотеке муниципального образования), которая занимается подготовкой и проведением Акции. Из членов рабочей группы определяется специалист, ответственный за проведение Акции.

6.2. Участники Акции самостоятельно составляют список из 10 произведений художественной литературы (автор, название), которые потрясли их (то есть не оставили равнодушными, произвели большое впечатление, изменили взгляды на некоторые события, помогли и поддержали в трудной жизненной ситуации и др.), независимо от времени прочтения.

6.3. Список может быть как с указанием Ф.И.О. составителя, так и анонимный. При желании составитель может описать то впечатление, которое произвела на него конкретная книга.

6.4. Списки художественных произведений, составленные участниками Акции, собираются в каждой муниципальной библиотеке области с мая по ноябрь с.г.

6.5. По окончании Акции каждая муниципальная библиотека/филиал составляет свой перечень, состоящий из 10 книг, наиболее часто повторяющихся в списках.

6.6. Каждая муниципальная библиотека/филиал свой окончательный список книг и информацию о проведении Акции направляет в центральную библиотеку территории. Центральная библиотека по этим спискам произведений составляет список в количестве 10 книг в масштабе муниципального района/городского округа. В заключительный список входят произведения, наиболее часто упоминавшиеся в предыдущих списках.

6.7. Центральная библиотека направляет составленный список, а также информацию о проведении Акции (количество участников, приглашенные гости и т.д.) в Белгородскую государственную универсальную научную библиотеку (далее – БГУНБ) по электронной почте не позднее 23 декабря 2010 года. БГУНБ, в свою очередь, составляет итоговый список книг, которые произвели неизгладимое впечатление на жителей области.

6.8. Проведение Акции должно широко освещаться в местных и региональных СМИ.

7. Продвижение результатов Акции

7.1. Библиотеки области разрабатывают самостоятельные планы и программы по продвижению книг, ставших победителями Акции: комплектование книг; проведение публичных мероприятий, связанных с этими литературными произведениями (Приложение №1); подготовка и выпуск библиографических, рекомендательных материалов; информация в СМИ и др.

7.2. Участник Акции, чей список содержит больше всех названий книг, которые оказались в итоговом сводном списке - получает подарок от библиотеки (льготы при пользовании библиотекой).

8. Контакты организатора Акции

8.1. Белгородская государственная универсальная научная библиотека, научно-методический отдел:

308000, г. Белгород, ул. Попова, 39 А

Тел.: 8 (4722) 26-73-65

E-mail: nmo@bgunb.ru Исп. Черкашина С., тел. (4722) 26-73-65

Источник: <https://pandia.ru/786096/>

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении региональной библиотечной акции «Читающая Губерния»

1. Общие положения

1.1. Библиотечная акция «Читающая Губерния» проводится в библиотеках **Псковской области**.

1.2. Библиотечная акция является открытым мероприятием, организованным как в библиотеках, так и вне пространства библиотек и направленным на распространение книги и чтения среди широких слоев населения, повышение престижа чтения. В ходе проведения библиотечной акции предполагается использование опыта библиотек Псковской области, других регионов России и зарубежных стран.

1.3. Настоящее Положение определяет статус, цели, задачи, порядок проведения библиотечной акции.

2. Цель и задачи:

2.1. Цель акции – проведение комплекса региональных мероприятий, связанных с развитием книжной культуры, возвращением интереса к чтению, грамотному и бережному использованию русского языка, проведение досуга с книгой, непрерывному процессу чтения людей разного возраста и социального статуса.

2.2. Задачи акции:

* Повышение культуры чтения, культуры речи через приобщение к лучшим образцам русской и мировой литературы;

* Привлечение новых пользователей в библиотеку, к участию в конкурсах и массовых мероприятиях;

* Всемерное расширение развитие новых возможностей в доступе читательской аудитории к книгам, журналам и другим информационным ресурсам;

* Широкое информирование жителей о муниципальных библиотеках города, района, региона, библиотечных фондах и услугах.

* Пополнение книжного фонда библиотеки.

* Развитие и поддержка инициативы жителей по продвижению книги и чтения.

* Повышение статуса библиотеки как основного института продвижения чтения.

* Поиск и привлечение спонсоров, партнеров среди государственных и общественных структур.

3. Организаторы и участники акции

3.1. Организаторы: ГБУК «Псковская областная универсальная научная библиотека» и Псковская библиотечная ассоциация.

3.2. Исполнитель: общедоступные библиотеки Псковской области.

3.3. Участниками акции могут стать коллективы муниципальных библиотек области на добровольных началах.

3.5. Привлечение партнеров осуществляется на взаимовыгодной и добровольной основе.

4. Сроки и место проведения

4.1. Библиотечная акция проводится в сроки с января 2015 года по декабрь 2015 года (согласно плану мероприятий).

4.2. Начало акции «Читающая Губерния» – 28 января 2015 года.

4.4. Места проведения библиотечной акции: помещения библиотек, территории вблизи библиотек, городские скверы, парки, спортивные площадки, учреждения культуры и другие).

4.5. Подведение итогов акции состоится 15 декабря 2015 года в Псковской областной универсальной научной библиотеке по адресу: г. Псков, ул. Профсоюзная, д.2.

5. Порядок и условия проведения

5.1. Для осуществления организационной работы в общедоступных библиотеках создаются рабочие группы. Из членов рабочей группы выделяется специалист, ответственный за проведение акции.

5.2. Рабочая группа составляет план мероприятий в рамках проведения акции, координирует ход их подготовки и проведения, предоставляет отчет по итогам акции и кандидатуры сотрудников, принимающих активное участие в акции.

5.3. В рамках акции организуются мероприятия (согласно разработанному плану акции).

5.4. Участники акции информируют рабочую группу о своей деятельности, освещают мероприятия акции в средствах массовой информации. Публикации предоставляются в рабочую группу и Оргкомитет акции.

6. Оргкомитет акции

6.1. Руководство подготовкой и проведением библиотечной акции осуществляется Организационным комитетом при ГБУК «Псковская областная универсальная научная библиотека».

6.2. Оргкомитет участвует в разработке концепции и тематики акции, координации работы, в подведении итогов библиотечной акции.

7. Права и ответственность участников библиотечной акции.

7.1. Участники (библиотеки и партнеры) имеют право принимать участие во всех встречах, мероприятиях в соответствии с программой акции.

7.2. Каждая библиотека участвует в организации мероприятий в рамках программы с полной ответственностью, проявляя при этом профессиональные знания, опыт работы в специфических условиях вне помещения библиотеки, инициативу, креативность.

8. Подведение итогов акции.

8.1. Итоги проведения библиотечной акции осуществляется Организационным комитетом.

8.2. По завершении акции готовится итоговый отчет, включающий в себя следующие важные компоненты: ход акции в целом; наиболее удачные моменты и недостатки; эффективность мероприятий акции; отклики в СМИ на проведенную акцию; отзывы участников акции.

8.3. Подведение итогов библиотечной акции освещается на сайтах библиотек или библиотечном портале, в средствах массовой информации.

8.4. По итогам проведения библиотечной акции самые активные участники награждаются благодарственными письмами и памятными сувенирами.

9. Контакты организаторов акции:

По вопросам проведения акции обращаться:

Отдел координации деятельности библиотек области

ГБУК «Псковская областная универсальная научная библиотека».

- Телефон/факс: (8112) 72-84-02

- Электронная почта: kmc@pskovlib.ru

Источник: <http://pskovlib.ru/project/18998>

Приложение № 3

В «копилку коллегам»:

Из опыта работы Белгородской государственной научной библиотеки.

Акция «КНИГА ГОДА».

Суть акции заключается в выборе участниками художественных произведений отечественной или мировой литературы, независимо от года написания, издания книги, по следующим номинациям:

- «Книга года» - книга, которая понравилась, пришлась по душе, полюбилась, потрясла, оставила сильное впечатление.

- «Книга - разочарование» - книга, которая не произвела на читателя особого впечатления.

- «Антикнига» - книгу, которую невозможно дочитать до конца.

- «Книга для друга» - книгу, которую можно рекомендовать прочитать другому.

- «Книга семейного чтения» - книга для чтения в кругу семьи.

Участники Акции, чей выбор произведения совпадет с окончательными результатами «Книги года» - получит подарок от библиотеки.

Акция «ВСЕ ФОНДЫ ОТКРЫТЫ!».

Проводилась в неделю библиотек «Виват тебе, библиотека» с 21 по 27 мая.

- Каждый читатель, пришедший в эти дни в библиотеку, мог самостоятельно выбрать книги из фондов книгохранений и запасных фондов.
- Чтобы читатели могли ориентироваться в фондах, для них проводились экскурсии, во время которых рассказывалось о принципах расстановки книг и их расположения.
- Всего было проведено 32 экскурсии. А возможностью выбрать книги самостоятельно воспользовались 352 человека, т.е. каждый 9 читатель, принявший участие в Неделе библиотек.
- Акция показала – пришло время открывать все фонды.

В рамках акции состоялся Смайл-опрос «Каким Вы представляете образ современного библиотекаря?», который проходил в библиотеках с 21 по 27 мая. Надо было выбрать компьютерного смайлика, который соответствует образу современного библиотекаря. Опрос показал, что современный библиотекарь – это вежливый, внимательный профессионал в очках.

Акция: ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ЛЕВШЕЙ (отмечается во всем мире ежегодно 13 августа)

Программа дня: Выставка «Гениальные Левши», бесплатный читательский билет, специальные подарки и поздравления для всех Левшей.

В этот день после традиционного приветствия, первый вопрос, который задавали читателям, звучал так: «Являетесь ли Вы ЛЕВШОЙ?». Надо сказать, вопрос посетителей слегка озадачивал. Но после короткого разъяснения смущение проходило и читатели улыбаясь, разбегались по библиотеке с контрольными листками, выпущенными специально к этому дню. Некоторые даже просили парочку с собой - на память.

Ну, а "леворуких", конечно же, в этот день ждали поздравления и памятные подарки. Многие посетители с удовольствием останавливались возле выставки "Гениальные левши", которая была подготовлена отделом читальных залов. Как много, оказывается, знаменитых людей были Левшами!

Комментарии составителя: Неясна цель данной акции. Международный день левши – неофициальный праздник, который посвящен людям, предпочтительно пользующимся левой рукой. Отмечается во всём мире ежегодно 13 августа начиная с 1992 года по инициативе Британского клуба левшей. Массовое движение левшей началось в 1980 году с митингов в США в защиту уволенного полицейского. Как левша он носил кобуру слева, что противоречило Уставу.

Первичная цель акции была обратить внимание производителей, дизайнеров различного оборудования на проблемы левшей; развеять

предрассудки и суеверия, которые окружают левшей в различных культурах <https://ria.ru/spravka/20180813/1526229053.html>

Из опыта работы Центральной детской библиотеки им. А.П. Гайдара Московской области, г. Клин.

Акция «ПОДВЕШЕННАЯ КНИГА».

Акция проводится по аналогии с удивительной неаполитанской традицией «подвешивать кофе».

Человек, подходящий к стойке бара человек скажет "Мне два кофе: обычный и "подвешенный", возьмет чашку кофе, выпьет и уйдет. Оказывается, в Неаполе есть такая местная традиция: заранее оплачивать кофе для тех, у кого не всегда есть деньги даже на чашку кофе..."

Такая акция была проведена издательством «Розовый жираф», суть которой состояла в том, что покупатель книжного магазина может оплатить любую книгу, которую потом доставят в Детские дома, Онкологические центры и т.д.

В библиотеке эта акция проходила несколько иначе.

Условия акции:

Любой читатель может «подвесить» на неделю свою самую любимую книгу, со своей рецензией (мнением, эмоциями). Акция запускается на 3 месяца, по результатам акции будут составлены именные рекомендательные списки любимых книг активных участников, а также создан список самых рейтинговых книг библиотеки! Для библиотекарей интерес состоит в том, что данная акция призвана активизировать книговыдачу, помогает в создании рекомендательных списков чтения, позволяет вести дневник чтения своих читателей

Реализация проекта выглядит так: В начале акции подвесить книгу может любой читателей, в ходе же акции, будут отбираться только наиболее активные читатели.

К тому произведению, которое участвует в акции, читатель - «подвешиватель» пишет небольшую аннотацию с оценкой или мнением о произведении. Сама книга ставится на определенно отведенное место, оформленное в духе акции. Книга выставляется максимум на неделю.

В случае заинтересованностью ею или наоборот не проявленному к ней интересу, ставиться следующая по списку. Ведется список книг участниц акции.

На саму книгу ставиться стикер-отметка «Подвешенная книга». Дополнительно фиксируется выдача акционных книг, а также фиксируется очередь из желающих на ее прочтение. Для уведомления о появлении книги в библиотеке используется смс и e-mail рассылки.

Предполагаемые результаты:

1. Активизация чтения, увеличение книговыдачи абонемента.

2. Создание читательских рейтингов лучших книг. (В. Иванов рекомендует...)
3. Создание рейтингов лучших читателей.
4. Проведение творческого конкурса по самой читаемой книге.

*Акция работников центральной городской библиотеки г. Копейска
Челябинской обл., 2010 г.*

БИБЛИОТЕКА "ЗА СТЕКЛОМ". Библиотекари из уральского города Копейска в борьбе за читателя воспользовались опытом телевизионных реалити-шоу в формате «за стеклом».

По словам директора ЦБС Копейска Е. Михайленко, акция была направлена еще и на то, чтобы разрушить сложившийся в обществе **стереотип библиотекаря**: «Мы хотим разрушить стереотип, что библиотекарь – это пожилая женщина с книгой и в очках, наши сотрудницы – современные, идейные и очень симпатичные. Они отличный пример внешней и духовной красоты».

В обеденный перерыв молодые сотрудницы усаживались в витрине библиотеки с книжкой. У каждой девушки был свой образ – восточной красавицы, домохозяйки, молодой мамы и светской львицы. Идея акции возникла спонтанно. Мария Клепикова, начальник отдела маркетинга библиотеки г. Копейска: «Мы развешивали рекламу в витрине, а люди шли, но на нас обращали внимания. Мы решили: а почему бы и нет? Просто провести такую акцию, посидеть, почитать».

Сначала библиотекари использовали традиционную рекламу книжных новинок, устраивали бесплатные чаепития. Но Копейск — город шахтерский, сердце Челябинской области. Такими акциями местное население, как выяснилось, не привлечешь. А вот шоу «Библиотека за стеклом» сразу вызвало интерес. Особенно у суровых челябинских парней. Спасла ли библиотеку эта «смелая» акция, скольких читателей она привлекла в свои стены, сведений не найдено.

А вот последователи уже есть – в свой профессиональный праздник кемеровские библиотекари выступили **“живой рекламой”**. В стеклянных витринах и возле входа в библиотеки поочередно в течение двух часов появлялись самые разнообразные читатели: студенты и школьники, домохозяйки и бизнес-леди, представители молодежных субкультур.

*Из опыта работы Владимирской областной научной библиотеки
г. Владимира.*

ПРОМО-АКЦИЯ «ФЛЕШМОБ «ГОРОД С КНИГОЙ». В акции приняли участие студенты Владимирского государственного университета, сотрудники областной научной библиотеки и областной специальной библиотеки для слепых.

Флешмоб открыл ряд мероприятий Областного фестиваля книги и чтения «Открытая книга». Ровно в 16.00 в руках у участников появились книги и литературные журналы, плакаты и листовки, призывающие к чтению. Все эти средства были направлены на привлечение внимания прохожих к читающим людям.

Студенты, кто вслух, кто про себя, читали стихи и прозу, при этом то выстраиваясь в круг, то просто бродя по улице, натываясь при этом на проходящих людей.

Зрители, на которых было направлено действие, реагировали по-разному на происходящее. Кто-то с недоумением обходил «умную» толпу, кто-то останавливался и вслушивался в чтение. Многие с одобрением и заинтересованностью отзывались о происходящем: «Побольше бы таких акций, люди стали бы чаще читать!». Некоторые прохожие выражали желание присоединиться к участникам флешмоба. Активно двигающиеся группы читающих людей привлекали внимание даже пассажиров проезжающего мимо транспорта.

Первый в городе «книжный» флешмоб заинтересовал областные телеканалы, и журналисты, приехавшие на съемку акции, провели мини-опрос прохожих: «Когда Вы в последний раз читали?» Ответы были разные – от «Я не трачу на это свое время» до «Неделю назад прочитал интересную книгу». Эти ответы, несомненно, стоит вписать в актив организаторов: живая реакция людей на происходящее говорит о том, что цель флешмоба достигнута!

БУККРОССИНГ «ПРЕВРАТИМ ВЕСЬ МИР В БИБЛИОТЕКУ!»

Акция была организована сотрудниками областных и городских библиотек, Владимирского областного музыкального колледжа и колледжа культуры и искусства и продолжила ряд мероприятий областного фестиваля книги и чтения «Открытая книга», направленного на возрождение интереса к книге и чтению.

Следуя принципу классического «книговорота» — «Прочитал сам – передай другому» – библиотекари «отпустили на свободу» более 200 книг. В людных местах города – в парках, на детских площадках, у фонтанов, на парапетах подземных переходов и остановках – появились самые разные книги. Это и произведения русских классиков, и яркие книжки для малышей, детективы, краеведческая литература, приключения и фантастика. На книгах — яркие фирменные наклейки с правилами участия в акции.

Ни одна книга не осталась незамеченной. Прогуливающиеся люди в первые же минуты появления книг на лавочках брали их в руки и начинали листать, некоторые сразу же погружались в чтение, а молодые мамы спрашивали: «А у вас есть еще одна детская книжка?» Пенсионеры, отдыхающие в парках, радовались: «Как хорошо, что есть возможность еще раз взять в руки книгу, которую я давно читал!». Их приятно удивило, что

книги распространяются абсолютно бесплатно и их не обязательно возвращать в библиотеку. Школьники и студенты спрашивали: «А можно, мы свои книги отдадим вам для буккроссинга?» и обещали принести их в библиотеку, чтобы наклеить на них фирменную наклейку. Оказалось, что многие жители города знают о начале книговорота, благодаря рекламе фестиваля в СМИ и уже ожидают библиотекарей, чтобы стать первыми в длинной цепочке участников буккроссинга.

Из опыта работы Централизованной библиотечной системы г. Ноябрьск, Ямало – Ненецкий автономный округ.

В рамках презентации «Интеллект-центра» проведены ряд акций:

Акция «ОДНА БИБЛИОТЕКА – РАЗНЫЕ МНЕНИЯ». Акция стартовала 11 сентября 2005 г. в День города и завершилась 1 сентября 2006 г. на открытии Интеллект-Центра. В акции приняли участие 500 жителей города, они оставили своё мнение о перспективах развития нового библиотечно-информационного комплекса города. По итогам акции был создан видеоролик «Блокнот мнений».

Акция «КНИГИ КАК ЛЮДИ!» В рамках ежегодного Форума «Культура и город» в марте 2009 года Интеллект-Центр организовал новую Promo-акцию. Самые активные участники проектов Интеллект-Центра получили футболки с высказыванием писателей-классиков о книге, литературе, личности человека.

Акция «В НОВЫЙ ГОД – ВМЕСТЕ С НАМИ!» Рождественская акция-поздравление читателей Интеллект-Центра. Лучшие читатели уходящего года получают сувениры от Деда Мороза и Снегурочки, а самые первые читатели в наступившем году - презентационные открытки, календари с символикой Интеллект-Центра.

Акция «ЗАПИШИСЬ В ИНТЕЛЛЕКТ-ЦЕНТР!» Традиционно акция проводится в рамках декады ко Дню знаний и Дню города. Все жители города, посетившие интерактивную площадку «Праздничное настроение» перед Интеллект-Центром и принявшие участие в развлекательной программе, получают флажок с обозначением акции. Предъявив флажок в секторе регистрации в этот день, посетитель получает бесплатный читательский билет.

Акция ВЕСЕННЯЯ НЕДЕЛЯ ДОБРА

Благотворительная акция для многодетных, неполных, опекунских семей и воспитанников детского дома. В течение недели в рамках акции Библиотечно-досуговый центр «Семья» проводит праздничные программы, дарит сувениры, книги участникам акции, проводит беспроигрышную лотерею.

Акция «СКАЖИ ДОБРЫЕ СЛОВА МАМЕ!»

В преддверии Дня матери посетителям Интеллект-Центра было предложено написать на цветных листочках разной формы самые добрые, теплые и

ласковые слова для своей мамы. В день самого праздника в фойе Интеллекта-Центра была оформлена интерактивная открытка-поздравление.

Из опыта работы Краснодарской краевой детской библиотеки им. Братьев Игнатовых.

Акция «ЧИТАТЕЛЬ ЗА БИБЛИОТЕЧНОЙ КАФЕДРОЙ». 27 мая 2012 года в Краевой детской библиотеке прошла промо-акция «Читатель за библиотечной кафедрой», посвященная Общероссийскому дню библиотек. В этот день в библиотеке «все происходило наоборот».

В отделе для детей до 11 лет каждый ребенок мог побыть библиотекарем и поучаствовать в создании выставки-буккроссинга. Юные читатели отбирали свои любимые книги, писали на них отзывы, чтобы другие ребята тоже захотели их прочесть. В течение дня выставка несколько раз обновлялась – многие с удовольствием брали книги, прошедшие этот «контроль качества». Юные библиотекари за свое усердие получили небольшие памятные призы.

В отделе «Медиатека» самые лучшие читатели на 2 часа стали дублерами библиотекаря: рекомендовали ребятам интересные игры, давали консультации, помогали, если игроки испытывали затруднения. А еще маленькие библиотекари следили за тем, чтобы компьютеры работали исправно. Они объясняли правила поведения во время работы за компьютером.

В конце дня активисты получили в подарок журнал, купон на бесплатное компьютерное время в размере одного часа и были награждены грамотами за активное участие в жизни отдела.

Отдел информационно-библиографической работы предложил читателям и участникам клуба «Электроник» создать тематическую картотеку своих любимых книг. Она представляет собой «раскладушку» по темам, популярным среди детей-читателей.

В отделе обслуживания детей от 11 до 15 лет ребята сыграли в ролевую игру «Я – библиотекарь», стали участниками экскурсии по фонду отдела, оформили книжную выставку «Советует читатель», составили литературный кроссворд, помогли читателям в поиске книг на полках.

Читателей отдела литературы на иностранных языках встречал и обслуживал менеджер «Библиоресепшена» («Biblio Reception»).

Оказав помощь в подборе литературы, менеджер предлагал читателям отправиться в виртуальное путешествие по разным странам мира и их языкам. На первом этапе ребята готовились к путешествию: при помощи лотереи «Vivat, English!» вспоминали слова и выражения английского разговорного языка, которые помогут путешественнику в любом уголке мира, разыгрывали мини-сценки.

Из опыта работы городской Централизованной библиотечной системы г. Ульяновска по празднованию Года Германии в России.

В рамках российско-немецкого культурного проекта на различных молодежных площадках города прошли 4 акции: «Книжный квест», «Ночная книга», «Живая библиотека», «Баттл поэтов».

«КНИЖНЫЙ КВЕСТ 3×5». Проект адресован молодежи, которая хочет больше знать о современной русской и немецкой литературе и почитать вслух в необычных местах – парках, музеях, кафе и так далее. 6 июля организаторы устраивают во «Владимирском саду» «Книжный квест 3×5». Родители вместе с детьми смогут проверить свою смекалку, находчивость, творчески проявить себя. Здесь можно будет прочесть вслух книгу, перевоплотиться в сказочного персонажа, поиграть в старинные немецкие игры, и самое главное – узнать, что находится в черном ящике. Детям разрешается шуметь, бегать и прыгать, и даже – читать книги, сидя на дереве. Победитель квеста станет участником призовой лотереи и без подарка не останется.

«НОЧНАЯ КНИГА»: ОПЫТ НОЧНЫХ ЧТЕНИЙ г. УЛЬЯНОВСКА. Акция проводилась в помещении известного в городе театра-студии *Enfant Terrible* в привычное для книголюбов время - перед сном. В нем все необычно, первое впечатление - примерно так выглядят немецкие таверны. Чтобы пройти в зал, надо поучаствовать в викторине. На двери в центре зала - портреты писателей. Это выставка-викторина. Надо узнать писателя, а о других можно догадаться по подсказкам. Например, автор мистического триллера, которого сравнивают со Стивеном Кингом, - это Дмитрий Глуховской. А автор «Черного обелиска» - это, конечно же, Ремарк. Организаторы выставки и авторы викторины - сотрудницы библиотеки принимают ответы. Ободряют за правильные ответы - призы: конфетка и книга. Любители ночного чтения фотографируются у рамки несуществующего зеркала и разглядывают самую необычную елку - символы разных эпох. На ёлке - чайники, игрушки и масса других, обнаруженных на чердаке старого дома, предметов. В следующем зале качающийся стол. У него нет ножек, потому что он висит на четырех цепях. Зал тоже необычный: сцена внизу, а зрители - наверху. Звучит музыка в стиле «кантри». Играет музыкальный коллектив «Гарцующий пони». Четыре произведения немецких и русских авторов читают артисты театра-студии.

«ЖИВАЯ БИБЛИОТЕКА». Проект «Живая библиотека» возник впервые в Дании, когда на глазах у нескольких подростков зарезали их друга. Они решили предпринять усилия, направленные на то, чтобы насилия в мире стало меньше. Первая игра прошла в 2000 году и стала пользоваться огромной популярностью в Дании и за её пределами. Теперь это движение существует в 50 странах мира. «Живая библиотека» это международный

некоммерческий проект, направленный на повышение понимания между людьми разных социальных групп и культур.

«Живая Библиотека» работает так же, как и обычная: «читатели» приходят, заполняют библиотечную карточку, выбирают «книгу» и читают ее в течение получаса. После чего возвращают «книгу» в библиотеку и, если захотят, берут другую. Отличие лишь в том, что книги «Живой Библиотеки» – это люди, а чтение – разговор. Для того чтобы вы могли познакомиться с этими людьми поближе и сформировать своё объективное мнение о них, и создаётся проект «Живая библиотека», где люди, являющиеся аутсайдерами в обществе, готовы рассказать другим о себе, представляя из себя живую книгу, которую вам предстоит прочитать. На проекте каждый из участников может взять и прочитать "книгу", то есть лично побеседовать, задать все интересующие его вопросы и глубже понять личность человека, которая скрывается за его социальным ярлыком. Люди, которые участвуют в качестве «книг» постараются ответить искренне на любой ваш вопрос. Они готовы поделиться своим жизненным опытом, спокойно обсудить с «читателем» стереотипы и предрассудки. Участвующие "книги": Беженец (иммигрант). Бездомный. Бывший заключённый. Бывший наркозависимый. Ветеран боевых действий. ВИЧ-инфицированный человек. Священник. Депутат. Путешественник. «Книгу» можно «читать» не более 30 мин., после чего ее необходимо вернуть в библиотеку. Время «чтения» может быть продлено (только по обоюдному согласию) еще на 30 мин. – при условии, что данную «книгу» не заказал кто-то другой.

БАТТЛ ПОЭТОВ. Баттл поэтов – это литературная игра, своеобразное соревнование, в её центре - живой поэт, артистично исполняющий собственный поэтический текст. Чтобы стать участником баттла, мало быть талантливым автором, необходимо быть ещё достаточно смелым человеком, ведь судить поэтов будет публика.

Правила баттла:

1. Число участников не более 6-8 человек.
2. Время выступления - строго! - 4 минуты.
3. Разрешается исполнять только авторские (собственные) тексты: стихи любых форматов, короткую прозу, импровизацию, интерактивный текст-перформанс и т.п..
4. Запрещается использовать музыкальные инструменты и театральный реквизит.
5. Можно выступать командой, группой.
6. Победители в каждом раунде и в финале определяются аплодисментами зрителей.
7. Модератор имеет право вносить изменения в регламент по ходу битвы.

8. Не приветствуется на разных этапах конкурса чтение одного и того же произведения, не приветствуется чтение по бумаге: поэт должен общаться с публикой, а значит его глаза должны быть направлены в зал, а не в манускрипт.

Волонтеры в библиотеке. Аспекты успешного сотрудничества.

*Хусточкина Анна Николаевна,
ведущий библиотекарь научно-методического отдела
ГБУК РО «Донская государственная публичная библиотека»*

Проблема волонтерского движения сегодня только набирает размах в нашей стране. Многие до сих пор не знают, в чем заключается деятельность волонтеров, что они могут делать, как взаимодействовать с ними, да и вообще, где их найти. Библиотеки тоже стоят перед выбором. Поскольку зачастую не имеют представления, как работать с волонтерами в правовом аспекте.

Итак, самое главное на сегодняшний день, что волонтеры получили правовой статус. Закон, регулирующий волонтерскую деятельность в стране, вступил в силу с 1 мая 2018 года.

«Самое главное, что теперь определен правовой статус волонтера. Исключено противоречие, существовавшее ранее, термины доброволец и волонтер означают одно и то же. В законе дано определение волонтерской деятельности. Под ней понимается добровольческая деятельность в форме выполнения безвозмездного выполнения работ или услуг. Волонтеры будут получать поддержку в виде страховки, оплаты жилья, оплаты билетов на дорогу. Кроме того, законом предусмотрено создание единой информационной системы волонтеров. В нее будут вноситься на добровольной основе данные участников волонтерского движения. Порядок функционирования системы будет устанавливаться правительством РФ, а формировать базу данных Росмолодежь». (Источник: <http://grsily.ru/obshestvo/volontery-poluchili-pravovoj-status-26427.html>).

Организаторами волонтерской деятельности, согласно новому закону, являются некоммерческие организации и физические лица, привлекающие добровольцев и руководящие ими. К волонтерским организациям причислены некоммерческие общественные организации, движения, учреждения, религиозные организации, ассоциации и союзы, а также фонды и АНО. Кроме того, право привлекать волонтеров предоставлено государственным и муниципальным органам.

Из бюджета на реализацию данного закона в 2018-2020 годы будет выделено 28 миллионов рублей. Из данных средств планируется выделять деньги на основные расходы волонтеров, например, питание, фирменная спецодежда, оборудование, страховку, оплату жилья и проезда.

На сегодняшний день российских волонтеров объединяют такие крупные организации, как:

1. Ассоциация волонтерских центров. Действует с 2014 года. На постоянной основе работают более 200 тыс. волонтеров.

2. «Волонтеры Победы». С 2015 года работает и включает 159 тыс. волонтеров.

3. «Волонтеры-медики». С 2013 года организация насчитывает 12,5 тыс. членов.

4. Союз волонтерских организаций и движений. С 2009 года включает более 7 тыс. добровольцев.

Существует и активно развивается общая интернет – платформа, созданная специально для волонтеров «Добровольцы России». На сегодняшний день на информационной платформе [«Добровольцы России»](#) зарегистрированы 1 тыс. 546 организаций и более 31,4 тыс. волонтеров. И их количество постоянно растет. Из них большую часть составляет молодежь в возрасте 18-24 лет (порядка 58%), на втором месте - возрастная группа младше 18 лет (23%). Среди зарегистрированных волонтеров примерно 74,6% женщин и 25,4% мужчин.

Говоря про правовую основу волонтерства в нашей стране, надо отметить еще несколько законов, которые предшествовали выведению общего закона. Существует еще ряд отдельных федеральных законов: «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (1995), «Об общественных объединениях» (1995), «О некоммерческих организациях» (1996), «О добровольной пожарной охране» (2007), «О физической культуре и спорте» (2007) и др. Во многих субъектах РФ действуют региональные акты, регламентирующие волонтерскую деятельность. Например, в Санкт-Петербурге, Республике Татарстан, Белгородской, Воронежской, Самарской областях и др.

Самыми популярными в России являются такие направления волонтерства, как социальное (порядка 22,5%), событийное (18,5%), культурное (15,6%), военно-патриотическое (15,2%), экологическое (12,5%). Добровольцы оказывают помощь ветеранам, инвалидам и тяжело больным,

воспитанникам детских домов, пожилым одиноким людям. Сопровождают народные шествия «Бессмертный полк», участвуют в благоустройстве Аллей Славы и воинских захоронений, в проведении экологических акций и субботников, мероприятиях по сохранению и защите памятников истории и культуры.

Ключевым событием волонтерского движения является Всероссийский форум добровольцев. В 2016 г. он прошел 24-27 октября в Санкт-Петербурге и собрал более 1 тыс. волонтеров со всей страны. В 2017 году в декабре он с успехом прошел в Москве. В рамках форума вручается ежегодная всероссийская премия «Доброволец России» по итогу одноименного конкурса.

Сам конкурс – отличная возможность для волонтеров со всех уголков страны, реализуется уже 8 лет, а победителей прошлого года поздравлял Президент РФ. В 2018 году конкурс обновил номинации, добавив их, создана программа Акселерации - трехмесячная программа развития и обучения инициаторов самых успешных проектов. Это полноценная система сопровождения проектов, которая включает в себя обучение лидеров, наставничество, продвижение и подготовку наиболее успешных практик к тиражированию. В программу Акселерации войдут до 150 действующих проектов. Участие в Конкурсе могут принять все – как юридические лица, так и физические, более того – возраст участников конкурса начинается с 8 лет и не ограничен верхней возрастной шкалой.

В каждом регионе есть Окружные операторы - лица, ответственные за организацию и продвижение Конкурса в каждом федеральном округе, осуществляющие коммуникацию с участниками конкурса, волонтерскими организациями, региональными органами исполнительной власти и СМИ. В нашем Южном федеральном округе это - Ярославцева Александра Александровна. yaroslavceva_11@mail.ru. +79280373073

Подробнее о Конкурсе, с его положением, афишей можно ознакомиться на официальном сайте Добровольцы России (<https://добровольцыроссии.рф/contests/2018/dobrovolec/about>).

Самая многочисленная по волонтерам область – Белгородская (более 16 тыс. добровольцев).

Ростовская область насчитывает сегодня порядка 3072 добровольца из 122 организаций. Основным управленческим органом, который курирует движение волонтеров по РО как официальное движение, является отделение по делам молодежи Администрации города Ростова-на-Дону. Они не только курируют молодежную политику, но и занимаются вопросами организации волонтерского движения, которое у нас в Ростовской области имеет не самое

широкое распространение и только-только начало развиваться. Они же организуют различные программы, форумы, слеты и конференции. Работа очень обширна и подробнее с ней можно ознакомиться на сайте и в сети **vk.com/molrostov**.

Один из ярких примеров деятельности по развитию волонтерского движения – Центр развития добровольчества «Волонтерский корпус города Ростова-на-Дону», который был создан в преддверии празднования 70-тилетия победы в Великой Отечественной Войне с целью популяризации и развития добровольческого движения в городе Ростове-на-Дону. Члены корпуса принимали активное участие в праздновании Дня Победы в городе Ростове-на-Дону в акции «Знамя Победы».

Позднее Корпус оказывал помощь в организации различных массовых мероприятий: празднования Дня молодежи, Дня России, Дня флага, Дня города Ростова-на-Дону и других городских мероприятий.

Поддержка таких важных для города событий волонтерами уже стала постоянной. Они публикуют различные предстоящие мероприятия, приглашая всех желающих принять участие (даже если ты и не являешься официально зарегистрированным волонтером). Регулярно поддерживаются социально значимые проекты различных общественных организаций, оказывается помощь нуждающимся, рождаются и реализуются собственные инициативы.

Такое волонтерство получило наименование event-волонтерство. Надо уточнить, что в рамках данного направления (event-волонтерство) **волонтеры** оказывают помощь в организации мероприятий крупного масштаба на городском, федеральном и международном уровнях, приобретая уникальный опыт общения и совершенствуя свои навыки.

Ну и самый популярный вопрос сегодня: как стать волонтером и получить волонтерскую книжку?

1. Зарегистрироваться на сайте Добровольцы России. Получить свой ID код.
2. Зарегистрироваться в гугл-форме: <https://goo.gl/forms/qmtcPl8SDBV1zPvb2>
3. В назначенный день получить свою книжку волонтера в отделе по делам молодёжи Администрации города Ростова-на-Дону по адресу ул. Лермонтовская 11. В этой книжке обозначаются все отработанные волонтером мероприятия.

Надо понимать, что волонтеры необходимы для организаций, а не организации для волонтеров. А чтобы собрать группу волонтеров,

необходимо провести большую административную и организационную работу. Что могут сделать библиотеки для эффективной работы с группой волонтеров? Работа даже с единственным волонтером должна быть продумана, а с добровольческими организациями – тем более. Где можно задействовать волонтеров в библиотеке:

- в работе с книжным фондом (расстановка на открытом доступе, ремонт книг, кодирование новых печатных зданий, формирование тематических информационных подборок, подшивка газет и журналов);

- в распространении информации среди жителей района или населенного пункта, среди учащихся школ о предстоящих мероприятиях библиотеки;

- в работе с задолжниками младшего возраста (поквартирный обход, звонки читателям – задолжникам);

- в распространении рекламных листовок, визиток о деятельности и режиме работы библиотеки;

- в работе по обслуживанию читателей младшего возраста;

- оказывать помощь в проведении социологических опросов среди читателей библиотеки и жителей вашего города или населенного пункта;

- книгоношество, доставлять книги на дом читателям с ограниченными возможностями и т. д.

- участие во всех масштабных административных, городских и других мероприятиях для библиотеки. Помощь в организационной подготовке.

В ходе реализации волонтерской деятельности будет происходить привлечение к чтению самих волонтеров. Как правило, сами добровольцы – это люди активные, творческие, которые любят читать и могут заразить своей любовью к чтению. Эти люди являются либо читателями библиотеки, либо членами библиотечных клубов. Работникам библиотеки необходимо сделать деятельность волонтеров интересной, как увлекательную игру. Можно создать для них специальные бейджики, продумать программу. После набора группы необходимо провести консультацию или практические занятия, в которых вы объясните суть их деятельности, а также можно организовать торжественное посвящение в волонтеры. Не забывайте об информационной поддержке группы. Это, прежде всего информационные стенды, где размещаются фото волонтеров, план работы группы, фото мероприятий в котором они участвовали, отзывы читателей об их деятельности. Отчет еженедельный в социальных сетях так же может стать хорошим стимулом.

Самый насущный вопрос для наших библиотек - **как привлечь добровольцев? Есть определенные акценты, которые должны быть для этого сделаны:**

- обеспечьте доступ к информационной части для своих посетителей. Они должны знать, что вам нужны волонтеры. И задействовать необходимо все подручные средства. Не только Интернет, но и даже информационные стенды внутри библиотеки или перед ней;

- собирайте потенциальных добровольцев в стенах библиотеки; расскажите о потребности библиотеки в волонтерах участникам массовых мероприятий, конференций, акций;

- реклама во всех доступных местах: транспорте, в общественных местах, обратитесь к местным организациям, где бывает много людей, помочь вам с рекламой и запросом;

- обратитесь в организации, работающие с определенными категориями населения (молодежные центры, центры по работе с пожилыми людьми и др.).

Используйте анкетирование, если необходимо, тестирование, собеседование. Не берите всех желающих просто так. Делайте ставку на тех, кто вам реально нужен.

Для того, что бы собрать группу добровольцев, необходимо четко понимать для чего вы это делаете. Поскольку все программы с волонтерами – это не просто. Однако, продуманная политика позволяет получить всем взаимную выгоду. Если вы создаете на базе библиотеки волонтерский клуб или проект, направленных на привлечение молодёжи, одиноких пожилых людей, развития творчества, вам потребуется сначала наладить связи с руководством молодёжных организаций, домов престарелых, ветеранских организаций, общественных организаций по различным направлениям.

Еще один немаловажный вопрос, который встает – формы поощрения. Мы все знаем, что возможности у библиотек очень разнятся, поэтому необходимо продумать этот вопрос. Пусть небольшой знак внимания, но он должен быть. Тем самым вы не только отмечаете, что работа волонтеров для вас важна и нужна, вы даете хороший стимул для каждого добровольца работать с еще более полной отдачей и интересом.

Как их можно поощрять:

- бесплатный формуляр читателя библиотеки;
- доступ к информационным источникам и материалам;
- первоочередное чтение новой литературы;

вручение значка (бейджика) с логотипом библиотеки и надписью «Волонтёр»;

приглашение на благотворительные мероприятия;

популяризация их деятельности в школах, микрорайоне, своем населенном пункте;

постоянная реклама в библиотеке;

статьи об их деятельности в СМИ.

Еще один немаловажный вопрос – как оценивать работу, которую проделывают волонтеры или добровольцы в мероприятиях или ежедневной деятельности библиотеки? Можно выводить общий оценочный отчет в конце года, но он в обязательном порядке должен отразить некоторые моменты.

Оценка результатов работы волонтеров.

1. Состав волонтерской группы текущего года (фамилия, имя, школа, класс).

2. Какая именно работа была проведена с волонтерами (индивидуальные беседы, тренинги, групповые дискуссии, занятия, опросы, информационные и рекомендательные списки, анализы чтения и т. д.).

3. Реклама деятельности волонтеров (стенды, т. п., альбомы, буклеты)

4. Точное количество мероприятий с участием волонтеров за год.

5. Желательно дать краткое описание этих мероприятий (дата и место проведения, название, форма, что делали волонтеры)

6. Необходимо отразить и другие формы участия, например, все акции и конкурсы, где участвовали ваши волонтеры (конкурсы, реклама и т. д.).

7. Сама статистика:

- общее количество читателей за прошлый и текущий год;

- количество читателей, посетивших мероприятия с участием волонтеров;

- количество выданных книг после проведения мероприятия;

- количество записавшихся новых читателей после мероприятия.

8. Обязательны отзывы о работе добровольцев.

9. Общие выводы о работе волонтерской группы за год.

10. Фото с мероприятий, фото рабочих моментов, образцы рекламной продукции.

И, наконец, самый актуальный вопрос, которого необходимо коснуться. Как искать самих волонтеров? Где их брать? Наверное, у каждой библиотеки свои методы и возможности в данном случае. Это зависит от

самых возможностей и населенности ее округа. Однако, в виду этого всего хотелось бы акцентироваться на основных ошибках, которые зачастую допускаются при формировании волонтерской группы. Образно говоря, перед нами есть три модели, каждая из которой будет работать в определенных условиях. Немного практических советов, которые озвучил *Юрий Белановский, руководитель Добровольческого движения «Даниловцы»*.

Модель 1. Волонтеры нужны на разовые мероприятия или акции, а потенциальных волонтеров вокруг много.

Данная модель работает непосредственно в крупных городах - миллионниках. Что требуется от специалиста, который подбирает волонтеров? Вся суть поиска волонтеров сводится к яркой эмоциональной «заманухе» и качественно оформленной «точке входа». «Замануха» в данном случае – это банальная реклама, призывающая к чему-то. Здесь важно сразу, на первых этапах больше внимания уделить именно рекламному аспекту и подготовить хорошие информационные каналы для распространения. И здесь уже каждая библиотека будет действовать по своим возможностям и техническим и материальным особенностям. «Точка входа» для разовых мероприятий – это самые примитивные фильтры, чтобы неадекватные персоны не сорвали проект. Как правило, сюда может входить анкета или собеседование по телефону. «Точка входа» — это примитивное мотивирование, энергии от которого должно хватить на одно событие. Бонусы и мотиваторы должны работать на внешний эффект, они, как правило, очень поверхностные и яркие: значки, грамоты, запись в волонтерской книжке, благодарственное письмо, диплом. На этой же «Точке входа» необходимо провести распределение по вакансиям внутри одного события или проекта, провести минимальное знакомство с библиотекой. Практическая задача библиотеки, которой нужны волонтеры, — привлечь их больше, чем требуется, то есть 150 – 200%. По статистике, если до финиша дойдут 80% — это успех. Мероприятие пройдет успешно. О долгосрочных отношениях здесь не думают, поскольку схема хорошо сработает и на следующий раз, и придут новые лица. Их вокруг много. Стоит ли затрачивать время, ресурсы и деньги на удержание волонтеров, если можно набрать новых? Схема рабочая и эффективная по – своему.

Модель 2. Волонтеры нужны на разовые мероприятия или акции, а потенциальных волонтеров вокруг мало.

Здесь имеет место уже иная ситуация. И самое главное отличие – в нехватке добровольцев. Вариантов сразу становится не много. Необходимо именно формировать базу или сообщество. Для библиотеки каждое событие

или акция – это возможность пополнять это сообщество, привлекая все новые и новые кадры. Отсюда можно выделить три основные задачи для тех людей, кто занимается работой с волонтерами и их привлечением.

Во-первых, ему необходимо привлекать на события так, что бы созданное сообщество пополнялось новыми добровольцами. Создавать интерес.

Во-вторых, завлекать в сообщество само по себе, если оно оформлено и работает.

В-третьих, приглашать на конкретное мероприятие готовых волонтеров из сообщества, поддерживать работу с ними и задавать вектор. Поскольку, основным фактором, который все определяет, поддерживает само сообщество, является хорошо организованная работа волонтеров на акции или мероприятии.

Ставка в данном случае у библиотеки должна быть сделана не на яркость и красочность (это все уже вторично), а на качество акций, самой работы, общего подхода к работе. Акции или проекты для волонтеров не должны быть бессмысленными. Должна быть четкая цель, задачи. Для чего все это делается, и какую смысловую нагрузку несет. Когда библиотека хочет долгосрочного сотрудничества с людьми – добровольцами, то именно смысловая наполненность должна быть ключевым фактором их взаимодействия.

«Качество обслуживания» – это организация труда. Волонтер, который понимает, что и как он должен сделать, который видит результат, который не тратил лишнего времени и сил на что-то ненужное и пустое, придет на следующую акцию, будет готов к взаимодействию с библиотекой повторно. Т.е. работа библиотеки с волонтерами должна быть нацелена в первую очередь на формирование сообщества волонтеров, возможно, при самой библиотеке, на его развитие и поддержку. Именно сообщество и должно стать главной «заманухой» и мотиватором. Оно должно отражать и результаты вашей работы, оно же должно объединять людей, развивать и налаживать связи, взаимодействие, оно же может стать лицом вашей библиотеки. И, неудивительно, что для библиотекарей организация волонтерства – это большие постоянные затраты. Времени, прежде всего. Это безостановочная работа, а не сезонная и не временная. Важно при этом помнить, что работа с сообществом добровольцев, особенно при библиотеке, имеет еще одну важную выгоду для нее, - это хорошая система подготовки новых кадров, которые впоследствии уже имеют необходимую компетенцию и ориентируются во всех процессах.

Реклама в таком сообществе подразумевает немного другой акцент. Это не агитация к действию, это более продуманная деятельность, разносторонняя, которая включает в себя постоянное взаимодействие с разными общественными группами, которые могут влиять на потенциальных волонтеров. Здесь в ход может идти все, что доступно библиотеке, ее интеллектуальным возможностям и финансовым. И нельзя забывать, что сообщество способно само себя продвигать. Сарафанное радио – очень эффективная вещь. Только помните, что волонтерам должно у вас нравиться. Тогда будет движение, а не застой. Практическая деятельность волонтеров должна отражать все выигрышные аспекты, которые есть у библиотеки: «Приходите к нам, у нас хорошо, мы вместе делаем добрые дела, но мы и учимся, развиваемся, общаемся, отдыхаем» и т.д. Вот именно поэтому основные энергоресурсы распределяются именно на организацию труда волонтеров, на их подготовку и повышение квалификации, на организацию их досуга.

«Точкой входа» волонтеров в сообщество должно стать серьезное знакомство с волонтером. Работникам библиотеки необходимо понять, прежде всего, чем живет кандидат, чем увлекается, его ценности, нащупать что-то общее между вами, познакомиться со всеми возможностями. Конечно, и значки, и грамоты, и запись в волонтерской книжке – все это остается, но оно уже вторично по сравнению с дружественным общением, обретением опыта, «прокачкой», самореализацией и т.д. Главная задача для библиотеки – поддерживать пусть небольшой, но постоянный поток новых кандидатов, чтобы сообщество не уменьшалось вследствие естественного оттока людей, а хоть понемногу, но становился больше. Многие зависят от личности человека, который занимается работой с добровольцами, от его умения находить подход к каждому, выстраивать отношения, заинтересовывать, от собственного профессионализма.

Модель 3. Волонтеры нужны для регулярного и долгосрочного участия в программной деятельности.

Под «постоянным участием» имеется ввиду еженедельное и чаще. Под «долгосрочным» – годы. Чаще всего такая помощь волонтеров нужна в социальных специализированных программах библиотеки. Что это может быть? Как правило, у библиотеки – это непрофессиональная помощь людям, проживающим или находящимся в казенных медицинских или социальных учреждениях, работа со школами и интернатами. Именно в этом случае наиболее востребована стабильность и регулярность с привязкой к дням недели. Поскольку работа с людьми предполагает обязательства, то и договоренность с этими людьми должна соблюдаться. Если бабушки в доме

престарелых привыкли, что волонтеры навещают их по вторникам, а дети в больнице знают, что волонтеры приходят по пятницам, значит, так оно и должно быть. А вот для человека, который работает с волонтерами и формирует их группу, задача другая. Конечно, все то, что было сказано о сообществе ранее, относится и сюда. Однако, если речь идет о социальном волонтерстве, то здесь выделяется ряд своих особенностей.

Во-первых, это очень напряженная сфера, эмоционально насыщенная. Общаться с больными детьми, одинокими стариками или с проживающими в психо-неврологических интернатах, сможет далеко не каждый.

Во-вторых, социальное волонтерство не предполагает активного развития, движения и креатива. Это зачастую нудная, однообразная и рутинная работа. Нет видимых быстрых результатов.

В-третьих, эта сфера предполагает личностное общение. И такое общение, хотим мы того или нет, предполагает взятие ответственности за подопечного, пусть и на небольшом отрезке его жизни.

Все эти факторы могут объяснить, почему социальное волонтерство так немногочисленно по сравнению с другими. Даже в крупных городах их в разы меньше. И вот поэтому задача библиотеки в поиске волонтеров для помощи в таких проектах - искать именно таких людей, у которых есть внутренняя мотивация к такой работе. Это обеспечит долгосрочное сотрудничество и частично покроет нехватку людей. Здесь, в данной модели, не играют принципиальной роли никакие «заманухи», мотивировки, манипуляции, они не смогут обеспечить требуемого результата. Здесь основным идет личностный фактор, внутренняя мотивация. Если доброволец горит желанием именно помогать другим. Для такой помощи достаточно бывает трех часов в неделю, главное, его собственное желание. И в данной модели основной акцент делается не на сообщество, а именно на каждую личность. Помощь человеку является главным мотивом и смыслом социального волонтерства. От библиотеки требуется правильно и успешно организовать сам процесс помощи. Т.е. личностная мотивация волонтера – это львиная доля успеха таких проектов, но здесь так же нельзя сбрасывать со счетов сообщество. Оно так же должно присутствовать и быть живым, иначе люди будут просто отваливаться, выгорать. Они не смогут преодолеть ни внешних трудностей социальной помощи (непривычный вид людей, плохие запахи, общая трагичность и безысходность, агрессивность социальной системы и т.д.), ни внутренних личных переживаний и вопросов. Здесь важны все мелочи. Для одного работа реализуется через четкий план действий, для кого-то работа определяется личностными отношениями. Доброволец должен точно знать, для кого он это все делает, что его ждут и на

него надеются. Библиотеке необходимо верно донести всю необходимую информацию для потенциального волонтера, лично познакомиться с самим человеком, предоставить необходимую помощь или руководство, сопровождение, если нужно. Хотя бы потому, что волонтеры принимают решение о своем участии далеко не сразу. Только попробовав свои силы, поняв на практике, что это такое, волонтер может принять решение о сотрудничестве. На это могут уйти недели, месяцы. И все это время волонтер находится в «подвешенном» состоянии, он не готов брать на себя полноту ответственности, но уже включен в работу и в сообщество.

Вот такие модели по работе с волонтерами были оговорены. Сейчас в России активно развивается и «серебряное» волонтерство. Это программы для людей старше 50 лет. Проект «Серебряный возраст» объединяет добровольцев из Москвы и Санкт-Петербурга (пока), постоянно приглашая их на мероприятия и благотворительные акции в качестве добровольных помощников. Пенсионеры из других городов собираются в группах социальных сетей и на крупных мероприятиях, где находят приглашения и возможности для волонтерства. Прекрасная возможность для любой библиотеки.

Также большинство международных программ не имеет ограничений по возрасту и можно подать заявку, не глядя на цифры в паспорте.

Где искать актуальные программы на 2018 год?

Собственно, именно библиотека может знакомить своих читателей с актуальной информацией и возможностями для потенциальных волонтеров. И не важно, в каком уголке мира они требуются. *К примеру, программа «Послы русского языка в мире».* Интересная программа от Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина для тех, кто любит русский язык (профильное образование не обязательно). Набор в послы русского языка обычно начинается летом и длится несколько месяцев, чтобы не пропустить, следите за [новостями на сайте](#). Первая экспедиция всегда проходит в одной из стран СНГ, после чего участник становится или не становится волонтером программы. Послы уже были в Азербайджане, Армении, Бахрейне, Казахстане, Киргизии, Молдове, Перу, Португалии, Таджикистане, Эквадоре.

Нельзя не сказать и про большие возможности в программах ООН.

ООН предлагает три вида волонтерской деятельности:

- Волонтерство за границей
- Волонтерство в родной стране кандидата

- **Онлайн-волонтерство**

Все подробности можно найти на официальном сайте этой организации. Конечно, вам потребуется английский язык.

Российская государственная библиотека для молодежи ежегодно проводит Всероссийский конкурс «Лучший молодёжный волонтерский проект в библиотеке». Конкурс проводится по трём номинациям:

- «Лучший реализованный волонтерский проект в библиотеке»;
- «Лучшая идея волонтерского проекта в библиотеке»;
- «Лучший личный опыт культурного волонтерства в библиотеке».

И если ваша библиотека располагает такими проектами или просто ведет нацеленную работу с волонтерами, то принять участие в таком конкурсе на будущий год – отличная возможность заявить о себе.

В завершение хочется отметить, что работа с волонтерами в России активно развивается, поддерживается на государственном уровне. На сегодняшний день у библиотек есть много возможностей для привлечения в свои ряды добровольных помощников. Однако, в зависимости от материальных и кадровых возможностей, каждая библиотека должна акцентировать эту работу на своих самых сильных сторонах, через самые выгодные для себя и для своего имиджа аспектах.

Список использованных источников:

1.Федеральный закон о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_289772/

2.Как найти волонтера и помогать вместе <http://philanthropy.ru/analysis/2017/07/28/52811/>

3.Год добровольца (волонтера) http://polevlib.ru/kollegam/metodicheskaya_kopilka/konsultacii/god_dobrovolca_volontera/

4.Волонтеры Урала <http://volural.ru/>

5.Лучшие волонтерские программы на 2018 год: От России до Новой Зеландии <https://blog.moireis.ru/volunteering>

6.Ассоциация волонтерских центров <https://добровольцыроссии.рф/organizations/7/info>

7. Ассоциация волонтерских центров <https://vk.com/avcrf>

8.Волонтеры: «свободный труд свободно собравшихся людей» <http://gazetargub.ru/?p=5474>