



16+

МБУК Централизованная библиотечная система №1»
Центральная городская библиотека
Отдел методической и библиографической работы

«Тогда мы идем к вам...»

методика организации и проведения библиотечной акции

*Болтенкова
Елена Николаевна,
главный библиотекарь
отдела методической и
библиографической
работы МБУК «ЦБС №1»*

г. Губкин



**Акция –
это разовое мероприятие,
направленное на
достижение конкретных
целей**

**Акция -
это должно быть
ярко!**

классификация библиотечных акций



благотворительные

протестные

рекламные

тематические

1. Протестные: «НЕТ – наркотикам», «НЕТ – закрытию библиотек!».

2. Благотворительные (в помощь библиотекам, другим нуждающимся): «Библиотека – читателю, читатель – библиотеке», «С миру по книжке», «Подари книгу библиотеке» и др.

3. Рекламные (о библиотеке и направлениях ее деятельности): «Примите книгу в дар», «Библиотека и книга».

4. Тематические (в помощь продвижению чтения можно выделить виды акций):

Общего характера. «Мир чтения», «Стань читателем», «Читать – это модно», «Самый читающий класс», «Читающий город» и др.

По направлениям работы. «В согласии с природой – в согласии с собой», «Прочитай книгу о войне», «Письмо ветерану», «Время читать классику» и др.

Для отдельных категорий пользователей, например, акции для маленьких читателей и их родителей: «Чтение с рождения», «Читай, я буду слушать!» и др.

Акции к юбилейным литературным датам. «День с Бианки», «Читаем Солженицына» и др.

Акции по одной книге, по творчеству одного писателя. «Моя любимая книга», «Приключения на Садовой» (к 55-летию написания книги Драгунского «Денискины рассказы»).

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 успешного проведения акции необходимо соблюдать определенную последовательность действий при ее подготовке. Остановимся подробнее на алгоритме ее создания.

АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ АКЦИИ



Шаг 1
Определение
информационного
повода

Шаг 2
Определение целевой
аудитории

Шаг 3
Подготовка акции

Шаг 4
решение
организационных
вопросов

Шаг 5
Проведение акции

Шаг 6
Анализ проведенной
акции



Информационный повод проведения акции

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 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



Определение целевой аудитории

Молодежь
(студенчество,
работающая
молодежь,
старшеклассники)

дети (дошкольники,
школьники
различного возраста,
дети с девиантным
поведением, дети
с ограниченными
возможностями)

молодые
родители

массовый читатель. Это самая
многочисленная группа, но на такую
аудиторию рассчитаны чаще всего акции-
однодневки, акции общего характера.

читатели, условно поделенные на
группы по профессиональным
признакам:

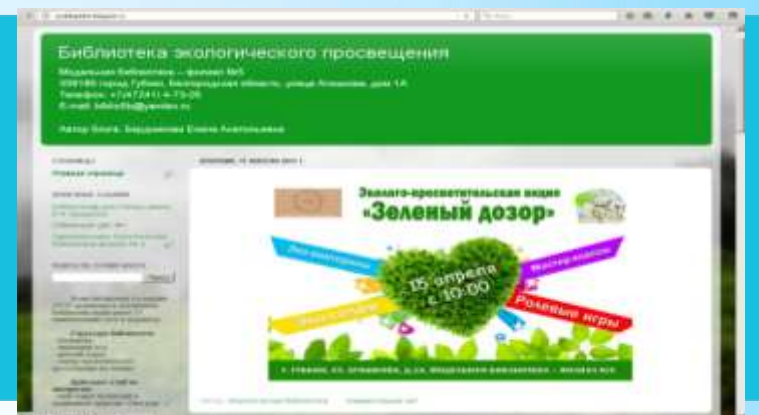
- предприниматели,
- педагоги и воспитатели,
- муниципальные служащие и др.



Подготовка акции

определить цели
и задачи акции
выбрать тему,
название, девиз

**определить
время (дату,
место)
проведения**



составить списки
организаторов,
участников,
приглашенных
гостей

организовать
рассылку пресс-
релизов,
привлечь СМИ

подготовить атрибуты
акции и рекламную
продукцию;
составить смету.

Кроме того, на этапе подготовки особое внимание следует уделить развитию партнерских взаимоотношений.

По возможности в первую очередь нужно заручиться поддержкой властей, например, управления образования, комитета по делам молодежи, они могут стать важными стратегическими партнерами, способными оказать как административную и организационную, так и финансовую или материальную поддержку.

Библиотеке может понадобиться организационный партнер – организация, предоставляющая площадку для проведения мероприятия (кинотеатр, парк, центр культурного развития и т. п.).

Для привлечения внимания к планируемому мероприятию лучше всего заручиться поддержкой информационного партнера. Предварительно для этого нужно проанализировать, какие СМИ пользуются особой популярностью среди читателей, на какую аудиторию они рассчитаны. Проработанный план выпуска публикаций, заметок, новостей о мероприятии должен быть согласован с информационным партнером.

Библиотечная акция также нуждается в рекламной поддержке. Помимо материалов, которые будут распространяться через информационных партнеров, можно напечатать и разместить в населенном пункте наружную рекламу: афиши разного формата на улицах и на остановках для учебных заведений, клубов, студенческих профсоюзов, рекламу в транспорте; пригласительные листовки для раздачи в вузах; информационные сообщения и ролики по радио и др.

При организации массового трудоемкого мероприятия в большинстве случаев не обойтись без активной команды поддержки – волонтеров. Они смогут оказать помощь на любом этапе подготовки: от поиска идеи до ее воплощения. Волонтеры выполняют очень важную работу: они разговаривают со своими сверстниками на обозначенные в рамках мероприятия темы, раздают полезные информационные материалы, вдохновляют своим примером других людей. Волонтеры – это основной идейный потенциал мероприятия. Они могут стать неплохим информационным каналом, так называемым «сарафанным радио», когда нужно пригласить людей на акцию или мероприятие. Чем больше волонтеров задействовано, тем шире будет информационная волна.

Партнеров и участников акции следует упомянуть в печатной, рекламной продукции или во время самого мероприятия. Также рекомендуется заранее подготовить документ о партнерстве, в котором будет подробно описано, что и в каком объеме предлагается со стороны учреждения взамен оказываемой поддержки.

Решение организационных вопросов

**определение
составных частей
акции – формы
работы,
площадки,
ответственные,
ресурсы**

**распределение
обязанностей и
назначение
ответственных за
проведение акции**

**составление
общего
сценария акции
и отдельных ее
частей**

**предварительная работа с
волонтерами, отдельными
участниками акции**

**написание сценария, в основе
которого должно быть ключевое
событие: театрализованное действие,
красочное шествие, концерт, игра-
шоу и т. п.**

Проведение акции



В акции необходим один координатор (модератор, ведущий, организатор — тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию)



Для организованного проведения той или иной акции необходимо назначить координатора (модератора, ведущего, организатора) – того, кто сможет ответить на все текущие вопросы и станет ключевой фигурой мероприятия. Координатор должен уметь оперативно решать все возникшие вопросы в случае возникновения непредвиденных обстоятельств. От качества решения организационных вопросов, четкого следования плану проведения, рекламной кампании, степени включенности участников зависит результат проводимой акции.

Организатор должен знать все варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах:

- **А что делать, если будет плохая погода ?**
- **А что делать, если участников будет меньше, чем планируется ?**
- **А что делать, если не хватит средств, призов?**
- **А что делать, если не приедут СМИ?**

Анализ акции

**По завершении акции
обычно готовится
итоговый отчет**

По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя характеристику следующих важных пунктов:

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

Такой анализ поможет сделать правильные выводы, выделить информацию, необходимую при составлении сценариев и планировании последующих мероприятий, но самое главное – выяснить, удалось ли донести ключевую мысль, идею акции до целевой аудитории.

Использованные источники:

http://libkrasnodar.blogspot.com/2017/02/blog-post_70.html

<http://lib-avt.ru/kollegam/iskusstvo-sozdavat-akcii>

