

В наше время стремительно развивающихся информационных технологий спрос на библиотеки начал падать. Современное общество предпочитает получать информацию с помощью Интернета, забывая о том, что существует книга. Для того чтобы повысить рейтинг библиотек, привлечь и заинтересовать новых посетителей, сотрудники библиотек в своей работе применяют разнообразные интересные формы и методы работы, среди которых особое место занимают акции.

Цель любой акции – донести свое видение проблемы через различный сюжет, используя при этом определенные формы, способы, последовательность действий.

**Акция** – это действие, направленное на достижение какой-либо цели, продолжительность которого зависит от поставленных задач.

В зависимости от поставленных целей акции, проводимые в библиотеках, можно условно классифицировать на несколько **видов**:

- протестные,
- благотворительные,
- в поддержку чтения.

### 1. Протестные:

«Не отнимай у себя завтра», «Унесенные героином», «Город без наркотиков», «Даже не пробуй», «Дымная петля», «Скажи нет наркотикам», и др.

2. **Благотворительные акции:** «Книга из рук в руки», «Подари ребенку книгу – подари ребенку мир», «Весенняя неделя добра», «День чтения-дарения», «Подари книгу библиотеке», «С миру по книжке» и др.

3. **В помощь продвижению чтения** можно выделить несколько видов акций:

*Общего характера:*

«Читаю я! Читаем мы! Читают все!», «Мы за читающий город!», «Библиотека, книжка, я – вместе верные друзья!», «Мир чтения», «12 месяцев читаем всей семьей, или 4 сезона семейного чтения», «Если вы не читали, то мы идем к вам!», «Литературное нашествие» и др.

*Акции тематические:*

«Прочитанная книга о войне», «Твой подарок ко Дню победы», «Дерево памяти», «Голосуем за книгу о войне», «Живи, планета!», «Будем жить в ладу с природой» и др.

*Акции для молодых родителей:*

В последнее время в библиотеках большое распространение получили акции для малышей и их родителей: «Семейный ЧИТАЙмер», «Читай, я буду слушать!», «Брось пустышку – бери книжку», «Чтение с рождения», «Расти с книгой, малыш» и др.

*Акции к юбилейным литературным датам;*

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

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

Библиотечные акции призваны не только привлечь детей в библиотеку, но и раскрыть его творческие способности.

Для этого необходимо:

1. Понимание, каким должен быть результат.
2. Четкий сценарий (программа) с задачей для каждого участника и кульминационным событием в ходе акции.
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 № 1.** Определение информационного повода.

Повод для акции может быть любой:

- значимая календарная дата: историческая, литературная и др.; ведущая тема года;
- значимое событие в стране, мире (новый законопроект, выборы и др.);
- проблема, волнующая всех (экология, наркомания, СПИД и др.);
- проблема, волнующая отдельные категории населения: родителей, педагогов, библиотекарей (чтение детей, молодежи; правовое просвещение молодежи, семейное чтение и др.);
- реализация программы, проекта в библиотеке.

**Шаг № 2.** Определение целевой аудитории.

Определение главных участников акции очень важно. От этого зависит разработка всей программы акции. Чем конкретнее читательские группы (участники акции), тем нагляднее и эффективнее может быть полученный результат акции (молодежь, дети, молодые родители, массовый читатель).

**Шаг № 3.** Ключевые моменты 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 № 4.** Составление плана.

Он 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 № 5.** Написание сценария (программы) акции.

Акция – это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера. А чтобы оно было таковым, в сценарии должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, игра-шоу и т.п.

Сценарий (программа) акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели.

От цели зависит и продолжительность акции.

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.

#### **Шаг № 6.** Проведение акции.

В акции необходим один координатор (ведущий, организатор – тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию). Организатор должен знать все варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах (плохая погода, нехватка средств и призов, не приедет СМИ).

#### **Шаг № 7.** 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 сделать выводы и рекомендации, которые необходимо учесть при составлении последующих мероприятий. А самое главное – удалось ли донести ту ключевую мысль, идея которой вкладывалась в акцию. Ведь, по сути, смысл любой акции – это возможность и умение донести свое видение проблемы через различный сюжет, действие, используя определенные формы, механизмы, последовательность действий.

Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание.

В заключение хочется отметить, что суть библиотечной акции состоит в том, чтобы позиционировать библиотеку как информационный и досуговый центр, в который захотелось бы прийти тем, кто здесь никогда не бывает, предпочитая получать информацию с помощью Интернета и телевидения. При этом необходимо продемонстрировать пользователям как можно более широкий спектр информационных ресурсов и услуг, предлагаемых библиотекой, предложить читателям, особенно молодёжи, новые и интересные формы общения, проведения свободного времени в библиотеке, подчеркнуть социальную значимость чтения как основы образования и культурного развития личности.