

**Министерство культуры Красноярского края  
Красноярская краевая молодежная библиотека  
Отдел библиотечного менеджмента и инноваций**

**Акции в библиотеке:  
алгоритм подготовки и проведения**

*Методическая консультация  
для сотрудников библиотек*

**Красноярск  
2019**

**Акции в библиотеке: алгоритм подготовки и проведения : методическая консультация для сотрудников библиотек / КГБУК Краснояр. краев. молодежная б-ка ; авт.-сост. Г. И. Стыцук, отв. за вып. О. С. Григорьева. – Красноярск, 2019. – 14 с. – Текст : непосредственный.**

Данная методическая консультация адресована сотрудникам библиотек. В консультации раскрывается понятие «акция», дается классификация акций, приводятся виды акций, конкретные примеры из практики российских библиотек. В консультации даны методические рекомендации по организации и проведению социокультурных акций, представлен список интернет-ссылок на источники информации.

Автор-составитель: Стыцук Г. И., заведующий сектором мониторинга отдела библиотечного менеджмента и инноваций Красноярской краевой молодежной библиотеки

Ответственный за выпуск: Григорьева О. С., и. о. директора Красноярской краевой молодежной библиотеки

Продвижение чтения – одно из главных направлений в деятельности библиотек. Эффективным инструментом продвижения чтения являются акции, организованные библиотеками.

Что такое социальная акция?

**Социальная акция** – один из видов социальной деятельности, целями которой являются:

привлечение внимания общества к социальной проблеме;

изучение отношения общества, разных его групп, органов исполнительной и законодательной власти к существующей проблеме;

распространение информации среди разных групп населения, содействие формированию общественного сознания.

Помимо информационной функции, акция выполняет адаптивную и воспитательную функции. Специалисты утверждают, что социальные акции оказывают влияние на людей, что, даже если какая-то одна акция не в состоянии повлиять на наше поведение, суммарный эффект от многочисленных акций, проходящих на телевидении, в печати, на улицах, в библиотеках, может оказывать воздействие.

**Акция** (от лат. *actio* – «действие, выступление») – это действие, направленное на достижение какой-либо цели. По сути, акция – одна из форм массового мероприятия. Иногда какое-либо мероприятие называют акцией неоправданно. Что же отличает акцию от других форм массовых мероприятий? Акция – это всегда вовлечение в движение, в действие, это умение создать событие для достижения поставленной цели. Акция должна быть яркой и зрелищной. Смысл любой акции – донести свое видение проблемы через сюжет, действие.

Итак, акция – это яркое комплексное мероприятие, привлекающее большое количество людей, и, как правило, имеющее большую социальную значимость.

**Социальные акции** могут быть:

**исследовательские**, предполагающие углубленное исследование какой-то темы или проблемы;

**рекламные**, заключающиеся в пиаре мероприятия, услуги, учреждения;

**благотворительные**, суть которых состоит в сборе денежных средств, вещей, книг для передачи их целевой группе;

**социально-педагогические**, способствующие изменению сознания, поведения, отношения к какой-то проблеме определенной категории населения;

**социально-профилактические**, содержанием которых является формирование установки на отказ от вредных привычек, предупреждение развития ситуации социального неблагополучия различных групп населения;

**патриотические**, воспитывающие любовь и уважение к Родине, ее истории, прошлому и настоящему;

**социокультурные**, влияющие на уровень культуры, формирующие интерес к своей национальной культуре и культуре других народов, актуализирующие значимость народных праздников, традиций и обычаев;

**социально-правовые**, способствующие повышению уровня правовой культуры разных групп населения;

**трудовые**, способствующие преобразованию, совершенствованию социального пространства посредством социально-значимой трудовой деятельности.

На сегодняшний день разнообразные акции заняли одну из основных ниш библиотечной деятельности. Акции стали рассматриваться как одно из самых эффективных средств привлечения молодежи в библиотеку.

Первые акции для молодежи были организованы зарубежными библиотеками, раньше российских столкнувшись с фактом принципиального изменения сознания современной молодежи. Сегодняшние молодые люди не хотят просто смотреть и слушать, получая новую информацию. Они хотят сами участвовать в процессе «добычи» информации и знаний, поэтому мероприятия, содержащие элемент интерактивности, вовлеченности, активной деятельности, такие как акция, вызывают у них интерес.

Молодежная социокультурная акция – это форма массовой работы с молодежью досугово-информационного характера. Перечень молодежных акций, которые проводятся сегодня зарубежными и российскими библиотеками, достаточно широк.

Продолжительность каждой акции зависит от поставленных задач. Библиотеки проводят и **краткосрочные акции**, такие, например, как флешмоб, и **долговременные акции**, продолжительность которых колеблется от одного дня до нескольких месяцев.

Организовать и провести акцию совсем не просто. Искусство создавать акцию – это искусство создавать событие, используя имеющиеся ресурсы и опыт, четко осознавая ответственность за тот результат, который будет получен.

Искусство создания акции заключается в умении сочетать форму и содержание. Основной алгоритм создания акции состоит в следующем:

**СОДЕРЖАНИЕ – ЧТО?** В чем суть, основная идея акции?

**ФОРМА – КАК?** Каким образом, в какой форме мы это осуществим?

Вопросы, на которые необходимо ответить при планировании акции:

- на решение какой проблемы направлена акция;
- какова цель акции, какие задачи она решает;
- кто является ее целевой группой;
- когда и где проходит социальная акция: на улице или в учреждении;
- какова форма социальной акции (шествие, велопробег и т. д.).

Чтобы придать акции общественный резонанс и получить в результате ее проведения социально значимый результат, надо четко определить цель и содержание проводимых в рамках акции мероприятий.

Для того, чтобы акция прошла успешно, необходимы:

- сценарий и программа акции с кульминационным событием в ходе акции (каждое крупное мероприятие акции, если акция комплексная, должно иметь отдельный сценарий);
- яркий формат акции (удачное название, необычная атрибутика, яркое действие, находящееся в центре акции);
- привлечение широкого круга партнеров на взаимовыгодной основе;
- реклама акции, ее информационная поддержка в СМИ;
- использование современных средств общения в процессе подготовки и проведения акции (Интернета, мобильной связи, соцсетей, мессенджеров);
- поощрение участников акции, демонстрация ее итогов.

Рассмотрим **основные этапы подготовки и проведения акции:**

- **подготовительный этап,**
- **этап реализации акции,**
- **заключительный, аналитический этап.**

Первый этап предполагает организационную, информационную, методическую, психологическую подготовку, а также обеспечение рекламной и финансовой поддержки акции.

**Подготовительный этап акции** включает несколько составляющих.

### ***1. Определение информационного повода.***

Информационным поводом для проведения акции может стать:

- значимая юбилейная календарная дата (политическая, историческая, литературная);
- ведущая тема года;
- значимое событие в стране, мире (новый законопроект, выборы, военный конфликт);
- проблема, волнующая всех (экологическая проблема, проблема распространения наркомании, СПИДа и др.);
- проблема, волнующая отдельные категории населения (родителей, педагогов, библиотекарей);
- проблема учреждения, в частности, библиотеки (недостаточное финансирование, закрытие библиотеки);
- реализация социально значимой программы, проекта в библиотеке.

Иногда информационный повод «лежит» на поверхности – освещается во всех СМИ, активно обсуждается.

### ***2. Определение целевой аудитории.***

Определить целевую аудиторию очень важно. От этого зависит разработка всей программы акции. Чем конкретнее эта группа, тем эффективнее может быть результат акции.

### **3. «Отработка» ключевых моментов акции.**

Необходимо на подготовительном этапе определить ключевые моменты планируемой акции:

- что планируется сделать,
- какие есть ресурсы для этого,
- каким будет результат акции и др.

### **4. Разработка плана акции.**

План акции должен включать:

- тему акции, ее цель и задачи;
- название, девиз акции;
- дату, время и место проведения акции;
- разработку положения о проведении акции;
- распределение обязанностей, определение ответственных за различные этапы акции;
- составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;
- составление пресс-анонса, привлечение СМИ;
- подготовку атрибутов акции;
- подготовку и тиражирование печатной продукции (плакатов, закладок, листовок);
- определение сметы акции.

### **5. Подготовка программы, сценария акции.**

Мы уже говорили, что акция – это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера. Для того чтобы оно было таковым, в сценарии должно быть ключевое событие: например, театрализованное шествие. Сценарий и программа акции зависят от ее цели. От цели зависит и продолжительность акции.

**Основной этап – это проведение самой акции, реализация сценария акции.** Для проведения акции необходим координатор (модератор, ведущий, организатор – тот, кто знает ответы на все вопросы и контролирует проведение акции).

Организатор должен продумать варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах, просчитать риски: он должен знать, что делать, если во время проведения уличной акции будет плохая погода, если участников акции будет меньше, чем планируется, если не приедут СМИ.

При подготовке и проведении акции следует руководствоваться следующими принципами:

- принцип личной и социальной ответственности;
- принцип максимизации социальных ресурсов (интеграция ресурсов, усилий государственных, общественных, коммерческих и иных организаций, учреждений, партнеров, спонсоров для решения целей и задач акции);

- принцип учета возрастных, индивидуальных, социокультурных особенностей целевой группы, иных условий проведения социальной акции;
- принцип командности;
- принцип самореализации;
- принцип обратной связи;
- принцип наглядности и зрелищности.

**Аналитический этап проведения акции** включает в себя составление итогового отчета о проведении социальной акции, составление финансового отчета, подготовку статьи для СМИ, размещение информации о проведенной акции в соцсетях, подведение итогов.

Итоговый отчет включает в себя анализ следующих важных компонентов. Необходимо оценить:

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

Такой анализ поможет сделать выводы и выработать рекомендации по подготовке следующих акций. Самое главное – это понять, удалось ли донести ключевую мысль, идею, которая вкладывалась в акцию.

Библиотечные акции, как правило, достаточно эффективны. Результаты проведения библиотечных акций:

- рост читательской активности (расширение читательской аудитории, формирование группы лидеров чтения, сотрудничающих с библиотекой, реклама чтения и книг);
- выявление читательских предпочтений;
- внедрение новых форм, отвечающих потребностям и интересам читателей;
- расширение и укрепление партнерских отношений с различными организациями и учреждениям.

Сегодня библиотеки проводят практически все виды акций: рекламные, благотворительные, патриотические, социально-профилактические и другие.

Но самое широкое распространение в библиотеках получили **социокультурные акции, направленные на популяризацию книги и чтения.**

Среди **акций в поддержку чтения** можно выделить несколько подвидов акций:

- **акции общего характера** (приведем несколько примеров названий такого вида акций: «Передай книгу другу», «Стань читателем», «Запиши друга в библиотеку», «Читающий город», «Читающий трамвай»);

- *акции тематические* («В согласии с природой – в согласии с собой», «Прочитай книгу о войне», «Читаем книгу по истории России», «Время читать классику»);

- *акции к юбилейным, знаменательным и памятным датам* («Письмо ветерану», «Чтобы помнили», «Поздравь ветерана»);

- *акции, посвященные одной книге, творчеству конкретного писателя* и другие.

Акции в поддержку чтения с большим успехом проводятся во многих библиотеках. Самые известные акции, проходящие на территории всей страны, на местном уровне приобретают свои особенности, возникают новые тенденции развития на основе традиционных форм, появляются организационные находки.

Одной из самых крупных акций в поддержку чтения, в которой участвуют практически все библиотеки, является Библиночь. Акция «Библиночь» является ежегодным мероприятием, во время которого библиотеки, книжные магазины открывают свои двери в непривычные для всех окружающих часы, а их посетители участвуют в конкурсах, мастер-классах, квестах и других мероприятиях.

Акция «Библиночь» стала своего рода творческой лабораторией по выработке новых идей, площадкой для апробации новых форм деятельности библиотек. Как правило, эта акция носит комплексный характер, включает в себя работу нескольких интерактивных площадок. Традиционно такие акции анонсируются на сайтах библиотек, в соцсетях и СМИ.

В последнее время библиотеки все чаще используют методы развлекательной культуры, осваивают уличные формы работы. Сегодня широкое распространение получили **уличные акции**, а ведь когда-то новаторством была сама идея проведения таких акций, сам выход библиотек на улицы.

Интересно проходят в библиотеках комплексные уличные акции, приуроченные к Общероссийскому дню библиотек. Так, в преддверии этого праздника площадка перед Красноярской краевой молодежной библиотекой превратилась в Читающий проспект. Целью акции «Читающий проспект» было привлечение внимания к чтению, книге, библиотеке. В рамках акции для всех желающих работал Парк литературных аттракционов, был открыт фотосалон. Работала площадка «Свободные чтения», на которой молодые поэты в микрофон читали свои стихи. Для компьютерных гениев была подготовлена игровая локация «На страницах электронных книг» и организована компьютерная дуэль. Все участники акции «Читающий проспект» могли побывать в «Книжном зазеркалье» – так называлась одна из литературных локаций.

Еще одной составляющей акции «Читающий проспект» стала акция «Поздравь библиотеку!» Подростки и молодежь, разделившись на команды, создавали коллаж с поздравлениями, адресованными библиотеке.



Подручными материалами были открытки, цветная бумага, вырезки из старых газет и журналов. Итогом акции стала выставка, на которой были размещены самые удачные работы участников акции. Новые формы, апробированные в рамках уличной акции «Читающий проспект», вызвали интерес у молодежи.

Уличные акции имеют свои особенности. При проведении уличных акций приходится учитывать множество организационных моментов и деталей. В таких социокультурных акциях удачно соединяются элементы и приемы политических акций (плакаты, транспаранты, листовки, лозунги, шествия) и библиотечные формы.

Проводя уличные акции, библиотека «раздвигает» свои стены, происходит расширение библиотечного пространства. Уличные акции по сравнению с акциями, проходящими в стенах библиотек, более масштабны и эффективны, они привлекают большее количество участников. Опыт показывает, что, чем больше привлечено разнообразных групп, особенно молодежных, тем ярче и интереснее акция.

Особенно успешно проходят уличные библиотечные акции, организованные в рамках программ летнего чтения. В программу летних библиотечных площадок, как правило, входит не только работа летнего читального зала под открытым небом, но и организация интерактивных локаций различной тематики, проведение различных акций.

Самой яркой акцией, которая была организована Красноярской краевой молодежной библиотекой на Острове Креативных идей (так называлась одна из творческих локаций библиотечной площадки «Летнее чтение с увлечением»), стала акция «Дерево позитива». Акция продолжалась в течение лета и собрала достаточно много участников. Суть акции заключалась в следующем: на открытии летней библиотечной площадки молодые участники акции посадили на газоне перед библиотекой Дерево позитива – березку. У каждого участника летней библиотечной площадки была возможность украсить дерево и тем самым внести свою лепту в создание позитивного настроения этого лета: прикрепить на дерево листочки с афоризмами, пожеланиями, с цитатами из произведений любимых авторов, с названием лучшей книги лета, которую надо непременно прочитать. Результатом акции стало создание списка лучших книг для летнего чтения и награждение самых активных участников на закрытии летней библиотечной площадки.

Еще одна необычная форма работы с молодежью была апробирована специалистами Красноярской краевой молодежной библиотеки в рамках другой летней библиотечной площадки – «Библиотека без стен и границ». На открытии площадки была проведена творческая акция «Рисую с книги» с участием профессионального художника. Молодые люди вслух читали рассказ Рея Бредбери «Все лето в один день» и одновременно иллюстрировали его (это был своего рода сеанс арттерапии и библиотерапии

одновременно). Результатом этой творческой акции стала выставка рисунков молодых читателей.

В день открытия летней площадки Красноярской краевой молодежной библиотекой была проведена также рекламная акция «Как пройти в библиотеку?». Волонтеры, читатели, сотрудники «молодежки» спрашивали у прохожих, знают ли они, где находится библиотека, раздавали листовки, закладки со смайликами, адресами и телефонами библиотеки. Путь в библиотеку указывали «следы», нарисованные на асфальте.

Акции, проходящие в рамках программ летнего чтения, направлены на создание позитивного имиджа библиотеки как места для творчества, отдыха, общения, такие акции позиционируют чтение и библиотеку как интересный вариант проведения досуга в летний период.

Приведем еще один пример уличной акции в поддержку чтения из опыта российских библиотек. В юношеской библиотеке Республики Коми в Общероссийский день библиотек была проведена праздничная акция-шествие «Давайте читать вместе!». Молодежные группы и библиотекари с лозунгами, транспарантами, флагами, логотипами и рекламными щитами библиотек прошли по главной улице города. В ходе шествия прохожим раздавали библиотечные афиши, листовки. В акции принимали участие студенты, школьники, журналисты республиканской молодежной газеты. Завершилась акция концертной программой творческих коллективов города.

Сегодня многие библиотеки привлекают к организации акций волонтеров, проводят волонтерские акции. **Добровольческая (волонтерская) акция** – это акция, направленная на решение социально значимых задач, участниками которой являются добровольцы (волонтеры).

С 1997 г. в нашей стране проводится Весенняя неделя добра – общероссийская добровольческая акция, состоящая из благотворительных добровольческих мероприятий, которые проводят различные организации, учреждения и частные лица. Так, например, библиотеки г. Волгодонска Ростовской области не остались в стороне и включились в общероссийскую акцию с собственной акцией «Неделя дарственной книги». Все собранные в рамках акции книги были переданы в дар воспитанникам школы-интерната.

Волонтеры принимают участие в подготовке и проведении книжных волонтерских суперакций и молодежных библиотечных флешмобов, вместе с сотрудниками библиотек они устраивают настоящую «вспышку толпы».

Флешмоб является одной из самых ярких и зрелищных форм проведения акций. Флешмоб – массовое увлечение начала XXI века. Для одних флешмоб – это уход от рутины, способ развлечься, для других – способ избавиться от комплексов, а для кого-то это способ бросить вызов окружающим. По мнению самих участников этого движения, главная цель флешмобных проектов – коммуникация людей.

**Флешмоб** (от англ. *flashmob*, *flash* – миг, мгновение, *mob* – толпа, дословно переводится как «мгновенная толпа») – это заранее спланированная

массовая акция, во время которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия и затем расходится.

**Основные принципы флешмоба:**

- спонтанность в широком смысле;
- отсутствие централизованного руководства;
- отсутствие каких-либо финансовых целей.

**Общепринятые правила флешмоба:**

- никто из участников не платит и не получает денег;
- действие должно казаться спонтанным;
- должно сложиться впечатление, что мобберы – такие же случайные прохожие, как и все;
- сценарий может иметь абсурдный характер (действия мобберов могут не поддаваться логическому объяснению);
- флешмоб должен вызывать эмоции у зрителей, привлекать внимание;
- флешмоб не должен содержать политическую рекламу или её элементы.

Основная задача флешмоба – вызвать интерес, иногда – даже шокировать окружающих. Это представление, рассчитанное на случайных зрителей, у которых возникают при этом неоднозначные чувства. На сегодняшний день флешмоб оправдал себя как эффективная технология, способная привлечь к участию достаточно большое количество людей, особенно молодежи. Плюсы очевидны: флешмоб занимает небольшой промежуток времени, участие в нем анонимно, нет необходимости в тщательной предварительной подготовке, и, вообще, все похоже на игру, а главное – все бесплатно.

Флешмобы часто организуют через интернет-сайты. В Интернете **мобберы** (люди, которые участвуют в организации и проведении акции) заранее выбирают площадку для проведения флешмоба, распределяют обязанности, разрабатывают сценарий акции. Инструкции к акции размещаются на сайте или выдаются до акции специальными агентами (**агенты** – люди, раздающие листовки с инструкциями участникам акции). Флешмоб проводится в многолюдных местах: на главной улице, на центральной площади, в парке, на площадке перед библиотекой. Это мероприятие отличает неформальная обстановка, новизна и актуальность формы проведения.

Библиотеки стали использовать данную форму работы, чтобы привлечь внимание к книге, повысить престиж чтения. Для подготовки и организации флешмоба, как правило, при библиотеке создается инициативная группа.

**Инициативная группа** выполняет следующие функции:

- выбирает дату, время и место проведения акции, заранее извещает об этом;
- определяет круг участников акции;

- создает медиагруппу, которая будет заниматься съемкой;
- готовит аппаратуру, подбирает музыку, видеоряд для проведения акции, если это необходимо.

Флешмоб может быть самостоятельным мероприятием, а может входить в состав комплексных программ.

Яркий пример флешмоба – проведенная к 9 мая библиотекарями г. Сланцы молодежная патриотическая акция «Спасибо». Волонтеры, сотрудники библиотеки, молодые люди, которые узнали о проведении акции через Интернет, собрались за час до салюта у мемориала, посвященного подвигу героев Великой Отечественной войны. Из свечей, которые молодые люди принесли с собой, они выложили слово «Спасибо».

Традиционная деятельность по привлечению внимания к книге в Красноярской краевой молодежной библиотеке тоже обретает новые формы: в рамках Недели молодежной книги были проведены флешмобы в самых посещаемых местах – на площади перед Торговым центром «Красноярье» в Кировском районе и на аллее Петра и Февронии в Советском районе г. Красноярска. Собравшиеся в одном месте молодые читатели, специалисты библиотеки, волонтеры одновременно стали вслух читать свои любимые книги, привлекая внимание окружающих и собирая вокруг себя круг любителей чтения.

Привлечь внимание к чтению, стимулировать процесс чтения помогают не только уличные, но и **внутрибиблиотечные акции**.

Так, сотрудники Центральной городской библиотеки г. Самары в рамках Недели молодежной книги провели акцию-лотерею «Разложим все по книжным полочкам», которая была ориентирована на молодежную аудиторию. На лотерейных билетах, оформленных в виде книжной закладки, были написаны «ключевые слова» (имена литературных героев, литературные артефакты, географические названия из произведений художественной литературы). Участникам акции было предложено взять закладку и найти на выставке книгу, к тексту которой закладка имеет отношение. На закладке был обозначен выигрыш, который участник акции-лотереи может получить в случае правильно сделанного выбора.

Централизованной библиотечной системой г. Ноябрьска была организована акция «Скажи добрые слова маме». В преддверии Дня матери посетителям библиотеки было предложено написать на цветных листочках разной формы самые добрые, теплые и ласковые слова для своей мамы. В день самого праздника в фойе библиотеки была оформлена интерактивная открытка-поздравление.

Приведем еще несколько примеров ярких, необычных акций по продвижению чтения из опыта российских библиотек.

Сотрудники Центральной городской библиотеки г. Копейска Челябинской области в борьбе за читателя воспользовались опытом телевизионных реалити-шоу в формате «за стеклом». Акция «Библиотека «за стеклом» была направлена еще и на то, чтобы разрушить сложившийся в

обществе стереотип библиотекаря. В обеденный перерыв молодые сотрудницы появлялись в витрине библиотеки с книжкой. У каждой девушки был свой образ – восточной красавицы, домохозяйки, молодой мамы, бизнес-леди. Нетрадиционная акция «Библиотека «за стеклом» вызвала массовый интерес и мгновенный отклик у молодежи.

Последователи у этой акции уже есть – в свой профессиональный праздник кемеровские библиотекари тоже выступили в качестве «живой рекламы». В стеклянных витринах библиотеки поочередно в течение двух часов появлялись разные типы читателей: студенты, школьники, представители молодежных субкультур.

Библиотеками, кроме вышеперечисленных, проводятся и другие виды акций: это **творческие и поисково-исследовательские акции**.

Примером творческой акции может служить акция «Астафьев без формата», проведенная Красноярской краевой молодежной библиотекой. Молодежи было предложено создать свою рисованную историю по мотивам произведений В.П. Астафьева. Результатом акции стало издание сборника творческих работ молодежи, выполненных в жанре рисованных историй на астафьевские темы.

Яркий пример поисково-исследовательской акции – краевая акция «Репрессированные деятели культуры и искусства в истории Красноярского края», организованная для молодежи Красноярской краевой молодежной библиотекой и Красноярским историко-просветительским и правозащитным обществом «Мемориал». Результатом этой акции, которая продолжалась в течение двух лет, стали электронная база данных «Репрессированные деятели искусства в истории Красноярского края» (вы можете ознакомиться с ней на сайте ККМБ [yarsklib.ru](http://yarsklib.ru)) и сборник «Добрые дела, сложные судьбы», в который вошли лучшие работы участников акции.

Эта книга стала итогом многолетней работы молодых исследователей, научных руководителей, сотрудников библиотек, музеев, архивов. Участниками акции был собран богатейший материал. Это биографии, воспоминания, фотографии из семейных архивов, из мест ссылки, это редкая информация, найденная участниками акции и нигде раньше не публиковавшаяся, – все эти материалы вошли в сборник поисково-исследовательских работ молодежи. В акции приняли участие более трехсот авторов-поисковиков.

Акция «Репрессированные деятели культуры и искусства в истории Красноярского края» была высоко оценена Международным историко-просветительским и правозащитным обществом «Мемориал» как единственный проект на территории России, способствующий глубокому знакомству молодого поколения с судьбами репрессированных и их влиянием на культурную жизнь региона.

Библиотеки традиционно проводят различные **благотворительные акции**. Как правило, такие акции проводятся в партнерстве с другими организациями.

Интересный опыт проведения благотворительных акций накоплен в Красноярской краевой молодежной библиотеке. В преддверии Нового года в библиотеке была организована акция «Елка желаний»: в одном из залов сотрудники библиотеки установили Елку желаний, на которой разместили письма ребят из детских домов, адресованные Деду Морозу, где они писали о том, какой подарок хотели бы получить к Новому году. Читатели и сотрудники библиотеки постарались осуществить их желания, подарки покупались «адресно», конкретному ребенку или подростку, затем все приобретенные подарки вместе с письмами передали в детский дом, и Дед Морозом вручил их персонально каждому ребенку. Среди подарков были, например, ролики, велосипед, ноутбук. Акция вызвала широкий общественный резонанс: она освещалась в СМИ, в ней приняли участие и частные предприниматели, и коллективы различных коммерческих и некоммерческих организаций.

Сотрудники и читатели Красноярской краевой молодежной библиотеки, традиционно принимают участие в общероссийской акции «Помоги пойти учиться», покупая для детей из малообеспеченных семей школьно-письменные принадлежности, канцелярские товары. Эта акция получила широкий отклик, она проводится практически во всех библиотеках и образовательных учреждениях.

Неоспорима действенность и успешность многих библиотечных акций. Библиотечные акции носят, как правило, комплексный характер и включают в себя распространение собственной рекламной продукции, социологические опросы с целью определения информационных потребностей читателей, изучения востребованности и качества услуг библиотек. С каждым годом содержание этой деятельности становится многограннее, обогащается инновационными формами, обретает новые черты.

Социокультурные акции и процесс инновационных изменений в библиотеках взаимосвязаны. В библиотеках постоянно идет поиск новых тем, идей, информационных поводов для акций и новых методов взаимодействия с молодежью, новых, привлекающих внимание читателей, форм проведения акций.

Большая часть сложностей в организации инновационных социокультурных акций обусловлена финансовыми проблемами, слабой материально-технической базой библиотек, а также психологическими сложностями в адаптации библиотечных специалистов к новым видам деятельности. Однако эта деятельность открывает широкие перспективы.

Интересные акции позволяют привлечь в библиотеку молодежь, способствуют созданию позитивного имиджа библиотеки, формируют представление о ней как о незаменимой составляющей культурного пространства.

## Список интернет-ссылок на источники информации

Акции в библиотеках. – URL: <http://www.kmslib.ru/akcii-v-bibliotekah> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Библиотечные акции. – URL: <http://www.nlr.ru/prof/publ/bibliograf/2016/bd09.pdf> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Библиотечные акции как эффективный способ продвижения книги и чтения. – URL: [pandia.ru>text/78/021/984.php](http://pandia.ru/text/78/021/984.php) (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

В помощь организации массовой работы библиотек. Дайджест интернет-ресурсов. – URL: [http://book.uraic.ru/files/metod/2014/massovaya\\_rabota.pdf](http://book.uraic.ru/files/metod/2014/massovaya_rabota.pdf) (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Инновационные формы массовой работы библиотек. – URL: <https://unatlib.ru/librarians/methodical-materials/informational-and-analytical-materials/briefs/2698-innovatsionnye-formy-massovoj-raboty-bibliotek> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Креативные формы работы современной библиотеки. – URL: [lib-avt.ru>Коллегам>Акции в библиотеке](http://lib-avt.ru/Коллегам/Акции%20в%20библиотеке) (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Методика подготовки и проведения библиотечной акции. – URL: <http://ulyanovbib.blogspot.com/2019/03/blog-post.html> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Молодежные социокультурные акции в системе инновационной библиотечной деятельности. – URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=903908> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Понятие и виды социальных акций. Технология их организации и проведения. – URL: <https://present5.com/ponyatie-i-vidy-socialnyx-akcij-texnologiya-ix-organizacii/> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.

Социальная акция. Виды и направления. – URL: <https://ddtomut.ucoz.ru/forum/16-52-1> (дата обращения: 12.12.2019). – Текст : электронный.