

**Делать немного больше, чем от тебя ожидают:
требования к деятельности муниципальных
библиотек в современных условиях**

**Чавкунькина Ольга Ивановна,
заместитель директора по библиотечной
и научной работе ГБУК «Национальная
библиотека им. А. С. Пушкина
Республики Мордовия»**

Нормативно-правовая база

Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки, 2014 год

<http://docs.cntd.ru/document/420364098>

Модельный стандарт деятельности муниципальной общедоступной библиотеки Республики Мордовия, 2017 год

http://www.library.saransk.ru/about/doc/modelnyi_standart_rm.pdf

Увеличение посещений на 15 % до 2024 года

Стационарная форма обслуживания (все виды услуг, оказываемых пользователю в стенах библиотеки);

Внестанционная форма обслуживания (доставка пользователю документов и оказание иных услуг библиотеки по месту жительства работы, учебы);

Дистанционное обслуживание – обслуживание пользователя в удаленном доступе на основе информационно-коммуникационных технологий (веб-сайт, социальные сети, электронная почта).

Библиотечные фонды

Информирование о библиотечном фонде

Работа с периодическими изданиями

Электронные версии периодических изданий

Каталог периодики **ONLINE** на сайте

Национальной библиотеки
им. А. С. Пушкина РМ

http://www.library.saransk.ru/?ELEMENT_ID=2631



Библиотека – социокультурный институт

Нетворкинг – это:

- **ПОИСК НОВЫХ ЗНАКОМСТВ;**
- **УСТАНОВЛЕНИЕ НОВЫХ КОНТАКТОВ;**
- **ФОРМИРОВАНИЕ ДЕЛОВЫХ СВЯЗЕЙ;**
- **ИЗВЛЕЧЕНИЕ ВЫГОДЫ ИЗ ОБЩЕНИЯ.**



Концепция. Программа. Проект

Концепция – план развития библиотеки (долгосрочная)

Программа – модель будущей деятельности библиотеки (среднесрочная)

Проект – набор мероприятий и процессов (краткосрочный)



Услуги в электронном виде

Электронный каталог

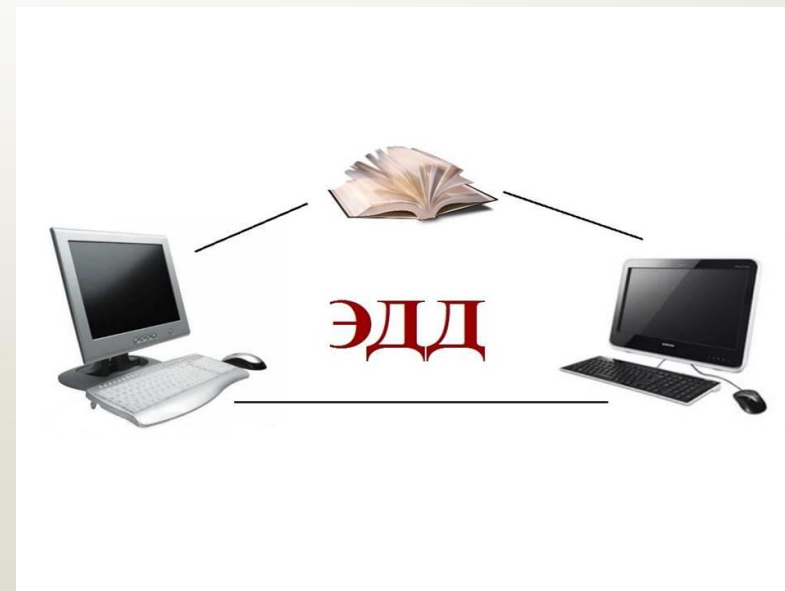
Сводный каталог библиотек республики

http://irbis.library.saransk.ru/WEB_IRBIS64/irbis64r_62/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=SVOD&P21DBN=SVOD&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=

Электронная почта

**Электронная доставка документов
(плюс – дополнительный доход)**

Сайт и/или социальные сети



Интернет. Социальные сети

Контент:

- **событийные мероприятия: анонс и пост-релиз;**
- **обзоры периодических изданий;**
- **обсуждения книг;**
- **анкетирование пользователей.**



Информация на портал Культура.РФ

<https://www.culture.ru/>

Инновационные форматы мероприятий

Интерактивные (игровые) формы массовых мероприятий:

- бук-слэм (BOOK Slam) – книжное соревнование;
- перфоманс-читка – чтение по ролям;
- квизбук – интеллектуально-развлекательная игра-викторина;
- комикс-сессия и комикс-ринг;
- саунд-чтение – музыкальные живые импровизации на заданную книгу;
- «Философский субботник» – дискуссионный тренинг;
- лекция выходного дня, или «поздний завтрак» и пр.

Инновационные форматы мероприятий

Интерактивные выставки:

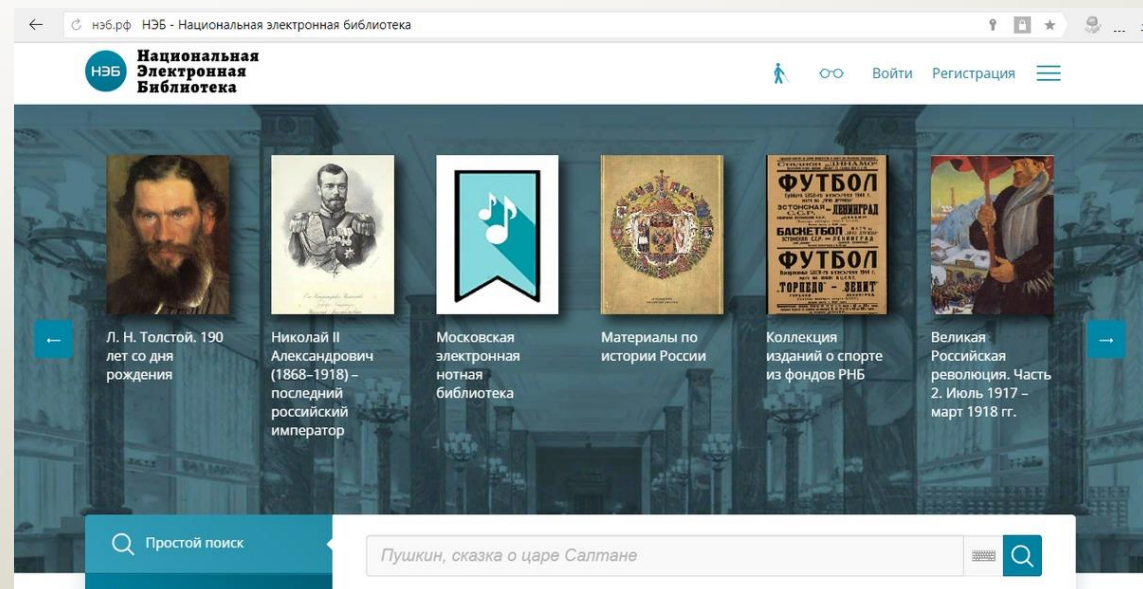
- игровые (выставка-викторина, -кроссворд, -загадка, -провокация, -конкурс и др.)
- диалоговые (выставка-размышление, -диспут, -дискуссия, - полемика и др.)
- книжные инсталляции.



Библиотека – синтез культуры и технологии

Крупнейший библиотечный проект,
уникальный интеллектуальный ресурс.

4,5 млн электронных документов,
сформированных по тематическим коллекциям.





Библиотека: центр социальной активности и коммуникации

В центре внимания – пользователь и мероприятие;

Пространство – мобильное, многофункциональное, прозрачное;

Библиотекарь – специалист;

У каждой библиотеки свое «лицо»;

Встроенность в местный контент.

Библиотеки должны:

1. Стремиться быть видимыми в местном сообществе, стать значимой площадкой, популяризировать активность социокультурной деятельности библиотеки как уникального интеллектуального ресурса.
2. Активизировать программную и проектную деятельность, быть неизменным участником региональных и муниципальных целевых программ, акций, выступать инициаторами самостоятельных привлекательных и интересных для населения мероприятий.
3. Развивать социальное партнерство, выстраивая его на взаимовыгодных условиях и взаимных интересах.
4. Активнее предоставлять услуги в электронном виде, шире представлять библиотеки и библиотечную деятельность в печатных и Интернет-СМИ, социальных сетях.
5. Учитывать потребности молодого поколения, использовать новые форматы продвижения книги и чтения.
6. Целесообразно планировать работу с учетом акций по проведению десятилетий, юбилеев, праздников, объявленных международными организациями, Президентом и Правительством Российской Федерации, а также – федеральных и региональных программ.