



**Kampanie online na rzecz**

**czytelnictwa młodzieży**

Ministerstwo  
**Kultury**  
i Dziedzictwa  
Narodowego.



Dofinansowano ze środków  
Narodowego Centrum Kultury  
w ramach programu  
„Kultura w sieci”



## Spis treści

Młodzieżowe kampanie online na rzecz czytelnictwa – co jest dla nas szczególnie ważne?	3
Młodzi ludzie – (nie)czytelnicy	3
Młodzi ludzie jako współtwórcy kampanii online na rzecz czytelnictwa	4
Kampanie online	5
Hiperlokalność – promujemy czytelnictwo w najbliższym otoczeniu bibliotek	5
Kampania, czyli co?	6
Czytanie jest odpowiedzią na ważne pytania	6
Tworzenie młodzieżowej kampanii online na rzecz czytelnictwa krok po kroku	6
Krok 1 – powołanie grupy młodzieżowej:	7
Krok 2 – najważniejsze pytania:	8
Krok 3 – wartościowa literatura daje odpowiedzi na ważne pytania.	9
Krok 4 – spotkania online dotyczące ważnych pytań.	11
Poznajcie wybrane młodzieżowe kampanie online na rzecz czytelnictwa	12
Gminna Biblioteka Publiczna w Oleśnie	12
Miejska Biblioteka Publiczna w Kudowie-Zdroju	15
Miejska Biblioteka Publiczna w Kędzierzynie-Koźlu	17
Miejska Biblioteka Publiczna w Jaśle	21
Miejska Biblioteka Publiczna im. Jakuba z Gostynina w Gostyninie	25
O projekcie	29
Etapy projektu	30
Fundacja Civis Polonus na rzecz bibliotek publicznych	31
Biblioteka – miejsce dla młodych ludzi	32
Projekt: „Biblioteka jako przestrzeń dyskusji o sprawach lokalnych” (2012-2013)	33
Projekt „Biblioteka – miejsce dla młodych ludzi / Program Rozwoju Bibliotek” (2013-2014)	33
Projekt: „Biblioteka – trzecie miejsce dla aktywności obywatelskiej” (2014-2016)	34
Projekt „Warszawa Lokalnie” – działania dla bibliotek (2016-2018)	34
Program rozwoju wolontariatu w bibliotekach m. st. Warszawy (od 2017 roku)	35
Zapraszamy na szkolenia	35

# Młodzieżowe kampanie online na rzecz czytelnictwa – co jest dla nas szczególnie ważne?

Zależy nam na promocji czytelnictwa wśród ludzi młodych, tj. w wieku od 13 do 18 lat, poprzez tworzenie lokalnych kampanii online na rzecz czytelnictwa, zaprojektowanych i zrealizowanych przy znaczącym udziale młodzieży.

Celem tych kampanii jest przekonanie młodych ludzi, że czytanie jest sposobem na:

1. znalezienie dzięki kontaktowi z wartościową literaturą celnych odpowiedzi na ważne pytania, jakie sobie stawiają młodzi ludzie, a dotyczące ich przyszłości zawodowej, relacji międzyludzkich, sytuacji gospodarczej, społecznej itp.,
2. budowanie i podtrzymywanie więzi z rówieśnikami, dzięki dyskusjom, spotkaniom, wymianom książek,
3. przyjemne spędzenie wolnego czasu, w sposób alternatywny dla oglądania telewizji czy gier komputerowych.

Ważne jest dla nas także, by upowszechnić wśród bibliotekarek i bibliotekarzy ideę prowadzenia kampanii online na rzecz czytelnictwa młodych ludzi, które będą oni tworzyli wraz z młodzieżą. Takie kampanie są bowiem jednym z podstawowych sposobów na budowanie młodzieżowej publiczności w bibliotekach.

## Młodzi ludzie – (nie)czytelnicy

W Polsce tylko 10% chłopców i 25% dziewcząt mówi, że w wolnym czasie chętnie czyta książki (CBOS 2018), a z doświadczenia naszej pracy z ponad 400 bibliotekarzami wiemy, że młodzież jest przez nich postrzegana jako nie dość obecna w bibliotekach.

Jednym z powodów takiego stanu rzeczy jest niewystarczająca ilość dobrze zaprojektowanych programów dla młodzieży, a „młodzi wymagają

specjalnej uwagi, gdyż wielu z nich na tym etapie życia dobrowolnie odchodzi od czytania. Wprowadzanie ich w świat książek, których treść odpowiada ich zmieniającym się zainteresowaniom, powinna być wspierana przez bibliotekarzy i inne osoby, które znają rozwój psychiczny i emocjonalny nastolatków” (Karta Czytelnika, Międzynarodowy Komitet Książki i Międzynarodowe Stowarzyszenie Wydawców, 1992). Jak stwierdza Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich (IFLA), „specjalne usługi adresowane do młodzieży nie są jeszcze dobrze rozpowszechnione we wszystkich krajach” i dlatego formułuje wytyczne: „Młodzież ma prawo do usług bibliotecznych na tym samym poziomie, tej samej jakości, jak te, które są oferowane innym czytelnikom. **Jeśli to możliwe, powinny być rozwijane we współpracy z samą młodzieżą.**”

Nasz projekt, dzięki wzmocnieniu kompetencji bibliotekarzy, chce dać szansę młodym ludziom na odnowienie kontaktu z literaturą. Szansę tę gwarantuje współpraca bibliotekarzy z młodymi ludźmi.

## Młodzi ludzie jako współtwórcy kampanii online na rzecz czytelnictwa

Dobra oferta biblioteki dla młodych ludzi to, zgodnie z cytowanymi powyżej wytycznymi IFLA, ta tworzona wspólnie z nimi. Warto zauważyć, że młodzi ludzie mają już doświadczenie uczestniczenia w projektach kulturalnych czy edukacyjnych. Mają też liczne kompetencje organizacyjne. Wreszcie posiadają wgląd w to, co aktualnie ważne jest dla nich samych, z jakim problemami boryka się młodzież, jakie ma potrzeby, czym żyje na co dzień. Mogą także podzielić się swoją wiedzą na temat estetyki preferowanej przez młodych ludzi, ich sposobów korzystania z mediów społecznościowych. Innymi słowy, sami młodzi są ekspertami od młodzieży, a współpraca z nimi w tworzeniu oferty dla nich pozwala na zaprojektowanie jej zgodnie z potrzebami i gustem młodych ludzi.

### Kampanie online

Młodzi ludzie, którzy obecnie korzystają z bibliotek albo chcemy ich do nich przyciągnąć, to przedstawiciele tzw. „pokolenia Z” – osoby urodzone po 1997 roku. To, co jest najbardziej charakterystyczne dla tego pokolenia

to fakt, że dorasta ono w świecie cyfrowym. Przestrzeń wirtualna, smartfony, portale społecznościowe i komunikacja internetowa są dla nich naturalne. Wirtualny świat jest stałym elementem ich codzienności. Nie powinniśmy zatem traktować tego faktu jako utrudnienia, ale przyjąć, że młodzi ludzie po prostu tak funkcjonują.

Dlatego tak ważne jest, by bibliotekarze i bibliotekarki byli obecni tam, gdzie przebywa młodzież. Konieczne jest, by oferta działań biblioteki, jak i zasoby dostępne w niej były prezentowane w mediach społecznościowych. Ważne, by bibliotekarze umiejętnie docierali do młodych użytkowników z atrakcyjnym przekazem. O czym i w jaki sposób pisać, jak formułować i publikować przekaz dla młodych, pomogą oni sami.

## *Hiperlokalność – promujemy czytelnictwo w najbliższym otoczeniu bibliotek*

Tworzenie kampanii może kojarzyć się z wielkimi medialnymi kampaniami społecznymi czy reklamowymi. Tymczasem naszym założeniem jest prowadzenie ich z myślą o społeczności lokalnej, a nawet precyzyjniej młodych ludziach, na których chce oddziaływać biblioteka, aby promować czytelnictwo. Każda biblioteka w swojej społeczności tworzy inną niepowtarzalną kampanię. Kierujemy się tu zasadą skutecznego tworzenia kampanii internetowych, których podstawą jest tzw. hiperlokalność – treści nie są projektowane dla „całego świata”, czy całej polskiej młodzieży, ale zaadresowane specyficznym do młodych mieszkańców danej gminy, na rzecz której pracują konkretni bibliotekarze.

## *Kampania, czyli co?*

Pod pojęciem „kampania” rozumiemy intencjonalny przekaz kierowany do precyzyjnie określonej grupy odbiorców. Mając perspektywę odbiorcy, tworzony jest przekaz (w formie postów), który trafia systematycznie do publiczności. W naszym przypadku kampanie miały formę wpisów w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram), adresowanych do młodych ludzi z otoczenia lokalnych bibliotek publicznych. Wpisy te były współtworzone przez młodych ludzi, a dotyczyły tematów wskazanych przez lokalną młodzież jako istotne dla niej.

## Czytanie jest odpowiedzią na ważne pytania

Zależy nam na przekonaniu młodych ludzi, że czytanie jest sposobem na znalezienie odpowiedzi na ważne pytania, jakimi oni żyją, a użyteczna wiedza zawarta w książkach dostępna jest w pobliskiej bibliotece publicznej. Chcemy polecać książki i zachęcać do ich czytania, ale po dobrym zdiagnozowaniu problemów i spraw ważnych dla młodych. Chcemy pokazywać, że czytanie jest użyteczne, pomocne i wspomaga młodych ludzi w rozwoju. Jesteśmy przekonani, że nie uda się tego zrobić bez spokojnej i przyjaznej rozmowy z dziewczętami i chłopcami o ich realnych potrzebach i problemach.

## Tworzenie młodzieżowej kampanii online na rzecz czytelnictwa krok po kroku

Najważniejszym założeniem kampanii jest uczynienie młodych ludzi jej autorami i realizatorami. To właśnie młodzi ludzie są ekspertami od zainteresowań młodzieży, akceptowanej przez nich estetyki, preferowanych kanałów dotarcia do nich. Tylko z ich udziałem można stworzyć zatem adekwatny przekaz.

### Krok 1 – powołanie grupy młodzieżowej:

**w każdej gminie bibliotekarze powołują sześć- do dziesięcioosobową grupę młodych ludzi, z którymi przeprowadzą kampanie.**

Ważne dla nas było przeprowadzenie otwartej rekrutacji do projektu, stąd bibliotekarze szeroko informowali młodzież w swojej społeczności lokalnej o możliwości włączenia się do projektu. Dobre rozpowszechnienie informacji daje szansę na dotarcie do innej grupy młodych ludzi, niż dotychczasowi użytkownicy biblioteki. Hasło kampanii online może być intrygujące i zaciekać tych, którzy nie myślą o sobie jako o odbiorcach standardowej oferty biblioteki publicznej.

Bibliotekarze używali różnorodnych sposobów dotarcia do młodych ludzi z zaproszeniem do projektu, m. in.

➤ kontakt z nauczycielami, bibliotekarzami szkolnymi,

↗ umieszczanie informacji w mediach społecznościowych, plakaty w bibliotece i na lokalnych tablicach informacyjnych,

↗ kontakt z instytucjami pracującymi z młodymi ludźmi w społeczności lokalnej,

↗ zapraszanie do udziału w projekcie czytelników wypożyczających książki,

↗ włączenie do działań dyskusyjnego klubu książki.

Jednym ze sposobów rekrutacji grupy było stworzenie z osób, które zgłosiły się do projektu, grupy wolontariuszy bibliotecznycy. Stworzenie kampanii jest jednym z ich pierwszych działań, dzięki któremu młodzi ludzie włączają się w kolejne aktywności w bibliotece, tak by wspierać pracowników placówki w tworzeniu oferty odpowiadającej potrzebom i gustom młodzieży.



Zdjęcie posta z fanpage'a Miejskiej Biblioteki Publicznej w Jaśle

## **Krok 2 – najważniejsze pytania:**

**zadaniem grupy jest zidentyfikowanie najważniejszych dylematów, problemów, pytań, na jakie szukają odpowiedzi ich rówieśnicy. Pytania te dotyczyć mogą przyszłości zawodowej, natury relacji międzyludzkich, sytuacji gospodarczej, przeszłości ich społeczności lokalnej itp.**

Bibliotekarze wraz z młodymi ludźmi dokonali diagnozy ważnych pytań, spraw, tematów dla młodzieży w ich lokalnej społeczności, stosując różnorodne metody m.in.:

➤ **Gadająca ściana:** wystarczy przymocować do ściany (ważne, by wszyscy mieli do niej wygodny dostęp) arkusz dużego papieru z napisem umieszczonym na górze: „Gadająca ściana” i pytaniem, na które szukamy odpowiedzi. Można rozdać kartki samoprzylepne i prosić o zapisanie na nich swoich opinii, a następnie o przyklejenie ich do plakatu. Można także poprosić o pisanie bezpośrednio na papierowej „ścianie”. Warto również zachęcać do wykonywania rysunków.

➤ **Ankieta elektroniczna,** czyli lista pytań. Uczestnik diagnozy ma za zadanie udzielić odpowiedzi, dzięki którym można dowiedzieć, co myśli na zadany przez nas temat. Przy konstruowaniu ankiety ważne jest, by na jej wstępie wyjaśnić, dlaczego prosimy o jej wypełnienie i jaki jest jej cel.

➤ Zachęcamy do prowadzenia **wywiadów**, czyli rozmowy, w której osoba prowadząca zadaje pytania i stara się dowiedzieć, jakie są poglądy, opinie, potrzeby i problemy rozmówcy. Wywiad można prowadzić z jedną osobą (**wywiad indywidualny**), bądź z grupą (**wywiad grupowy**). W przypadku prowadzenia wywiadu grupowego warto zorganizować spotkanie z większą liczbą osób (do 12). Nie poprzestawajcie na otrzymanych odpowiedziach, dobrze jest je pogłębiać, stawiać dodatkowe pytania. Wywiad warto nagrać, albo przynajmniej zrobić z niego notatkę.

Dzięki przeprowadzeniu diagnoz bibliotekarze wraz z młodymi ludźmi zidentyfikowali liczne ważne dla młodzieży sprawy. Uczestników projektu niepokoi przyszłość świata wobec zmieniającego się klimatu, zależy im na dobrym wyborze zawodu i pokierowaniu własnym rozwojem, chcą poznawać skuteczne techniki uczenia się i zapamiętywania. Młodzi chcą nauczyć się, jak radzić sobie ze stresem, brakiem zrozumienia, kompleksami. Ciekawi ich, jak poruszać się w wirtualnej przestrzeni i świecie nowych technologii, a przede wszystkim, jak ochronić się przed cyberuzależnieniami.

### *Krok 3 – wartościowa literatura daje odpowiedzi na ważne pytania.*

**Młodzież we współpracy z bibliotekarzem odnajduje w Internecie wartościową literaturę/treści kultury, gdzie młodzi ludzie mogą odnaleźć odpowiedzi na te pytania. Młodzi ludzie zwracają się do ekspertów z dziedziny, których dotyczą pytania, z prośbą o polecenie odpowiedniej dla młodych literatury. Na tej podstawie bibliotekarze pozyskują te pozycje do zbiorów swojej ksiąźnicy.**

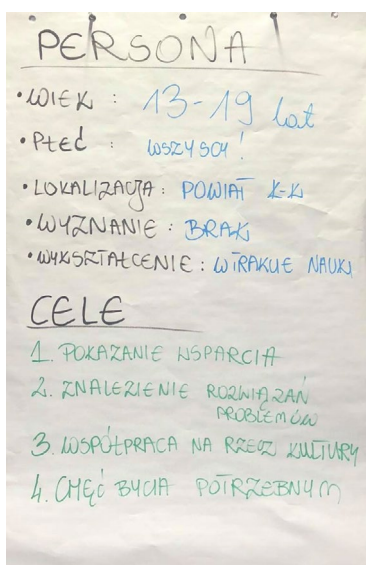


Bibliotekarze prosili najpierw młodych ludzi, żeby samodzielnie wyszukiwali pozycje książkowe oraz materiały w Internecie. Bardzo często jednak okazywało się, że mają oni małe doświadczenie w wyszukiwaniu przydatnej, wartościowej literatury. Dlatego wsparcie bibliotekarzy było kluczowe – pomagali oni młodzieży w nawigowaniu po świecie źródeł i informacji. Dzięki współpracy młodych artykułujących swoje potrzeby oraz bibliotekarzy, którzy umieją znaleźć wartościową literaturę, gdzie zawarte są odpowiedzi na kluczowe pytania, biblioteki wzbogaciły swoje zasoby o pozycje aktualne i interesujące dla młodzieży.

Diagnozy pokazały, że młodych ludzi najmocniej nurtują kwestie planowania życia zawodowego, dobrostanu psychicznego, budowania relacji, radzenia sobie ze stresem, skutecznego uczenia się, radzenia sobie w cyberświecie. Na tak różne pytania bibliotekarze dostarczali odpowiedzi, proponując powieści, poradniki, biografie. Młodzież chętnie wybierała pozycje naukowe, popularnonaukowe, beletrystykę.

Młodzi uczestnicy przedsięwzięcia wraz z bibliotekarzami tworzyli w mediach społecznościowych kampanie, składające się z postów promujących książki, w których młodzi czytelnicy mogą znaleźć odpowiedzi na ważne dla nich pytania.

Twórcy kampanii starali się jak najdokładniej określić jej adresatów. Tworzyli w tym celu „personę”, czyli wyobrażali sobie i opisywali przedstawiciela tej grupy. Taka „wizualizacja” odbiorcy kampanii pozwoliła na formułowanie postów tak, by były zachęcające, zrozumiałe i atrakcyjne.



Cechy „persony” określone przez młodzież z Kędzierzyna-Koźła

## Krok 4 – spotkania online dotyczące ważnych pytań.

**W spotkaniach biorą udział eksperci, przedstawiona również jest wartościowa literatura.**

Młodzi ludzie wybrali tematy i ekspertów na współorganizowane przez nich spotkania online. W wydarzeniach takich brało udział nawet 90 osób! W ten sposób do dziewczyn i chłopaków, którzy często nie są użytkownikami biblioteki, bibliotekarze docierali z przekazem, że są gotowi słuchać młodych ludzi, zbierają informacje o tym, czym się interesują czytelnicy oraz dostosowują oferty swoich placówek do aktualnych potrzeb młodych użytkowników.



Zdjęcie uczestników spotkania online organizowanego przez Miejską Bibliotekę Publiczną w Jaśle

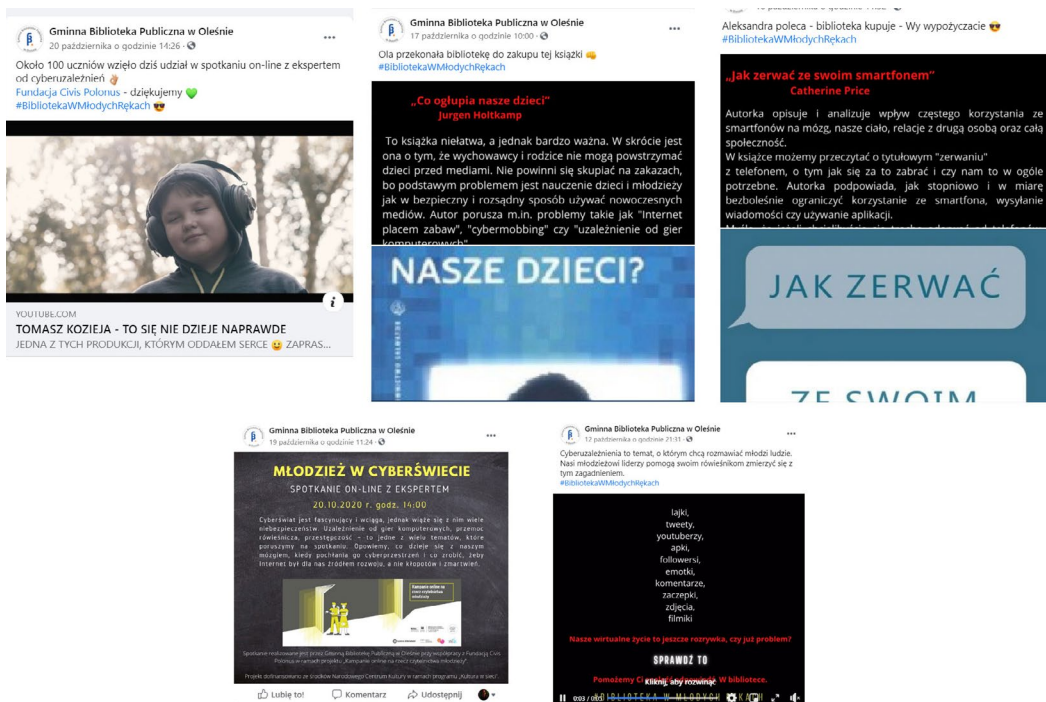
## Poznajcie wybrane młodzieżowe kampanie online na rzecz czytelnictwa

### *Gminna Biblioteka Publiczna w Oleśnie*

**Temat kampanii: Cyberuzależnienia**

#BibliotekaWMłodychRękach

Realizacja i opis: Katarzyna Foder, Małgorzata Morawiec



Zdjęcia postów z fanpage'a Gminnej Biblioteki Publicznej w Oleśnie

**Opis grupy młodzieżowej:** gdzie znaleźć młodych ludzi, którym chce się działać? Wśród czytelników, a w szczególności wśród członków dyskusyjnego klubu książki! To właśnie starszym klubowiczom zaproponowałyśmy udział w kampanii, a oni zaprosili jeszcze swoich rówieśników. W ten sposób powstała siedmioosobowa grupa zaprzyjaźnionych ze sobą uczniów klas ósmych, którzy zawsze chętnie biorą udział w różnych akcjach realizowanych przez bibliotekę. Kampania oraz pomysł wolontariatu bardzo przypadły im do gustu.

**Opis sposobu określenia przedmiotu kampanii** – jak zbadano potrzeby młodzieży i jakie informacje udało się uzyskać: czy ósmoklasiści chętnie opowiadają o swoich problemach? Czy wystarczy im odwagi, by je nazwać i wypowiedzieć na głos? Takie pytania zadali sobie młodzi liderzy i na wszystkie z nich odpowiedź była... negatywna! Stworzyli więc ankietę, którą rozdali w swoich klasach, zapewniając rówieśnikom pełną anonimowość. Ankieta miała na celu zbadanie zainteresowań i problemów młodych ludzi. Zadano pytania o ulubione tematy, formy spędzania wolnego czasu, ale też o tematy, których młodzież unika. Oprócz odpowiedzi na powyższe pytania udało się pozyskać wiedzę o najchętniej wykorzystywanych źródłach informacji i sposobach rozwiązywania problemów. Analiza ankiet pozwoliła określić, że badana grupa interesuje się głównie nowinkami technologicznymi, w szczególności Internetem i grami komputerowymi.

**Opis przebiegu kampanii:** 6 tygodni – 7 wspaniałych młodych ludzi – 20 wspólnych godzin. Tyle wystarczyło, by przeprowadzić kampanię. Młodzi liderzy określili temat kampanii i odnaleźli książki, pomagające ten problem rozwiązać. Każdy z nich opisał co najmniej jedną książkę, której recenzję zamieściliśmy następnie na profilu biblioteki na Facebooku. 12 postów dotarło do niemal 3000 odbiorców. Zakończeniem kampanii było spotkanie online dla uczniów klas siódmych i ósmych, czyli około stu osób. Wykład eksperta, który problemu uzależnienia cyfrowego doświadczył na samym sobie, dał młodzieży szansę na przemyślenie dobrych stron i zagrożeń związanych z cyberprzestrzenią.

Rezultatem przedsięwzięcia jest rozpoznanie obszarów tematycznych interesujących konkretną grupę użytkowników biblioteki i uzupełnienie księgozbioru o książki z tego zakresu.

**Spotkanie z ekspertem: z kim i o czym?** Tomasz Kozieja, neuropsycholog, zajmujący się pracą z młodzieżą uzależnioną m.in. od alkoholu, narkotyków i Internetu poprowadził spotkanie pt. „Młodzież w cyberświecie”.

#### **Lista książek wybranych przez młodych i zamówionych do zbiorów biblioteki:**

- ↗ Anders Hansen, „Wyloguj swój mózg”
- ↗ Nikola Kucharska, Artur Kurasiński, „Róża, co chcesz wiedzieć?”
- ↗ Adam Alter, „Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno się oprzeć nowym technologiom”
- ↗ Catherine Price, „Jak zerwać ze swoim smartfonem”
- ↗ William Powers, „Wyloguj się do życia”
- ↗ Natalie Fields, „Niech żyje dysleksja”
- ↗ Hilarie Cash, Kim McDaniel, „Dzieci konsoli”
- ↗ Jürgen Holtkamp, „Co ogłupia nasze dzieci”

**Wpływ kampanii na pracę biblioteki:** dlaczego młodzi nie przychodzą do biblioteki? Jakie są ich problemy i zainteresowania? Co zmienić w sobie, żeby zmienić innych? My już wiemy! Ponadto poznałyśmy ciekawą metodę rozpoznawania zapotrzebowania czytelniczego. Młodzi zaś dostrzegli, że biblioteka dostosowuje się do potrzeb użytkowników. Dowiedzieli się też, że mają realny wpływ na zakup nowości wydawniczych do biblioteki. Wierzmy, że praca z młodzieżą będzie kontynuowana, a młodzi liderzy będą pełnić funkcję doradcą w zakresie planowania działalności kulturalnej i budowania księgozbioru.

[Link do kampanii online na fanpage'u biblioteki](#)

**Co było najlepsze w tym projekcie?** Upajające uczucie, gdy młodzi ludzie zaczynają się otwierać, zwierzać i traktować cię jak „swojego”.

**A co było najtrudniejsze?** Ciężko było zmobilizować młodzież (i siebie) do wykonania wielu różnych zadań w bardzo ograniczonym czasie bez regularnego bezpośredniego kontaktu.

## Miejska Biblioteka Publiczna w Kudowie-Zdroju

**Temat kampanii: Jak skutecznie się uczyć i sensownie spędzać wolny czas**

#kampanieonline

Realizacja i opis: Violetta Biernacik



Zdjęcia postów z fanpage'a Miejskiej Biblioteki Publicznej w Kudowie-Zdroju

**Opis grupy młodzieżowej:** w projekcie uczestniczyła młodzież licealna w wieku około 17 lat. Do projektu uczestnicy zostali zachęceni poprzez spotkanie organizacyjne. Postanowiłam skierować swoją ofertę do tej grupy, ponieważ w tym wieku mamy najmniej czytelników. Ostatecznie do projektu przystąpiło

14 osób (5 chłopców, 9 dziewcząt). Ze względu na sytuację pandemiczną spotkania odbywały się w budynku liceum.

### **Opis sposobu określenia przedmiotu kampanii – jak zbadano**

**potrzeby młodzieży i jakie informacje udało się uzyskać:** na spotkaniu omówiliśmy różne formy diagnozowania potrzeb młodzieży. Stwierdziliśmy, że najlepszą formą będzie „Gadająca ściana”. Opracowane graficznie duże arkusze brystolu rozwiesiliśmy na tydzień w każdej klasie licealnej i technikum. Zaprosiliśmy do odpowiedzi na dwa pytania „Jaki jest twój problem?” i „Jaką masz potrzebę?”. Udział w naszym badaniu wzięło 76 osób. Na pierwszy plan wysunęła się potrzeba poznania technik uczenia się i form spędzania wolnego czasu.

**Opis przebiegu kampanii:** opublikowaliśmy 10 postów promujących czytanie książek, które treściowo odpowiadają na zdiagnozowane potrzeby młodzieży. Przygotowaliśmy listę tytułów, bezpośrednio korespondujących z problemami reprezentantów grupy projektowej. Odbyło się także spotkanie z ekspertem.

**Spotkanie z ekspertem: z kim i o czym?** Spotkanie odbyło się w formie online. Ze względu na sytuację pandemiczną uczestnicy zebrali się w budynku szkoły, gdzie sale miały odpowiednią powierzchnię. Zaproszonym ekspertem była Natalia Minge, psycholog zajmująca się rozwojem i jego wspieraniem, w tym technikami ułatwiającymi uczenie się, autorka wielu książek, m.in. „Technik samorozwoju”, w której przybliżyła czytelnikom sposób funkcjonowania uczącego się mózgu i sposoby na sprawienie, by nauka była szybsza i łatwiejsza. Spotkanie dotyczyło technik, które pomagają uczyć się skuteczniej. Dowiedzieliśmy się, jak lepiej zapamiętywać i organizować sobie naukę tak, aby była ona efektywna i przyjemna.

### **Lista książek wybranych przez młodych i zamówionych do zbiorów biblioteki:**

- ↗ „Techniki uczenia się. Jak efektywnie przyswajać wiedzę”, praca zbiorowa
- ↗ Radek Kotarski, „Włam się do mózgu”
- ↗ Tany Buzan, „Rusz głową”
- ↗ Tany Buzan, „Mapy twoich myśli”
- ↗ Tany Buzan, „Pamięć na zawołanie”
- ↗ Michał Zawadka, „Chcę być kimś! Czyli jak osiągnąć cele w czasach, gdy wszyscy dookoła mają wywalone”
- ↗ John Green, „Szukając Alaski”
- ↗ John Green, „Will Grayson, Will Grayson”

- Lucia Vaccarino, Davide Morosinotto, “The Game”
- Charlotte Seager, “My Secret YouTube Life”

**Wpływ kampanii na pracę biblioteki:** na pewno będziemy dalej motywować grupę i starać się angażować ją do dalszych działań w bibliotece i na rzecz czytelnictwa. W planie mamy kontynuować promocję czytelnictwa i szukać propozycji spędzenia wolnego czasu w naszym mieście.

[Link do kampanii online na fanpage’u biblioteki](#)

**Co było najlepsze w tym projekcie?** Sprawdzenie swoich możliwości we współpracy z młodzieżą – techniki komunikacji, umiejętność słuchania, cierpliwość, skupienie i koncentracja na zadaniu.

**A co było najtrudniejsze?** Miejsce spotkań – szkoła, pilnowanie terminów, ciągle przypominanie o zadaniu, egzekwowanie poleceń.

## Miejska Biblioteka Publiczna w Kędzierzynie-Koźlu

### Temat kampanii „Kultura dla młodzieży. Młodzież dla kultury”

#kulturapomaga #studniakultury #jestemtudlaciebie

Realizacja i opis: Natalia Laska, Patrycja Mynarek



Zdjęcia postów z fanpage’a Miejskiej Biblioteki Publicznej w Kędzierzynie-Koźlu

**Opis grupy młodzieżowej:** Miejska Biblioteka Publiczna w Kędzierzynie-Koźlu za pomocą mediów społecznościowych ogłosiła nabór na Ambasadorów Biblioteki. Zgłosiło się 20 osób w wieku 13-20 lat. Byli to przedstawiciele klas VII-VIII miejscowych szkół podstawowych oraz wszystkich klas szkół średnich w mieście. Wiodącą grupą byli członkowie Młodzieżowej Rady Miasta. Uczestnicy kampanii spotykali się w Oddziale dla Młodzieży MBP, gdzie mogli organizować spotkania, prowadzić kampanię, doradzać w sprawie zakupu książek dla młodzieży.

**Opis sposobu określenia przedmiotu kampanii – jak zbadano potrzeby młodzieży i jakie informacje udało się uzyskać:** Ambasadorowie Biblioteki wzięli udział w ankiecie online, identyfikującej problemy młodzieży, które później były głównym przedmiotem kampanii. Podczas omówienia wyników ankiety płynące z niej wnioski uzupełniono o zagadnienia, które nie były ujęte w kwestionariuszu, a również stanowiły powód trosk młodych ludzi.

Młodzi ludzie z Kędzierzyna-Koźla żyją następującymi problemami:

- niepokojąca wizja przyszłości,
- stres związany z egzaminami i wystąpieniami publicznymi,
- trudna przeszłość,
- samotność, brak akceptacji i zrozumienia,
- ekologia, zmiany klimatyczne,
- niska samoocena, kompleksy.

**Opis przebiegu kampanii:** jej realizacja przebiegała dwutorowo.

➤ Spotkania stacjonarne z Ambasadorami, w trakcie których omawiano zagadnienia związane z przedmiotem kampanii, następowało przygotowywanie wpisów, wybór lektur odpowiadających na wybrane problemy oraz selekcja książek do zakupu. W trakcie spotkań została również określona „persona”, czyli wirtualny odbiorca kampanii. Kampanię kierowano do osób uczących się, w wieku 13-19 lat, zamieszkujących powiat kędzierzyńsko-kozielski. Młodzież pisała szkice swoich postów i omawiała je.

➤ Kampania online na fanpage’u biblioteki na Instagramie i Facebooku. Przygotowanie plakatów i zdjęć.



W ramach kampanii młodzi ludzie otrzymali wsparcie w znalezieniu rozwiązań nurtujących ich problemów. Omawiane książki były zaś znacznie częściej wypożyczane.

**Spotkanie z ekspertem: z kim i o czym?** Spotkanie online pt. „Moc możliwości. Jak radzić sobie z codziennością i dobrze zaplanować swoją przyszłość?” z Małgorzatą Meisner (pedagog, psycholog, doradca zawodowy, pracująca z młodzieżą, rodzinami i studentami) odbyło się na platformie Zoom. Miało ono charakter motywacyjny, podczas spotkania omówiono główne tematy ważne dla młodych ludzi, np. jak zadbać o swoją samoocenę i budować pewność siebie, co zrobić, żeby lepiej radzić sobie z obniżonym nastrojem i stresem, jak odważnie sięgać do marzeń i planować swoją przyszłość.

### **Lista książek zamówionych/wybranych przez młodych**

- Milena Breś, „Szepty przeszłości”
- Kody Keplinger, „Duff. Ta brzydka i gruba”
- Lucinda Riley, „Siostra burzy” z cyklu „Siedem sióstr”
- Marta Kisiel, seria „Małe Licho”
- Clementine Beauvais, „Paszty, do boju!”
- R. J. Palacio, „Cudowny chłopak”
- Aleksandra Kardaś, Marcin Popkiewicz, Szymon Malinowski, „Nauka o klimacie”
- Ann Bailey, Joseph Ciarrochi, Louise Hayes, „W pułapce myśli – dla nastolatków. Jak skutecznie poradzić sobie z depresją, stresem i lękiem”
- Michał Zawadka, „Chcę być kimś! Czyli jak osiągać cele w czasach, gdy wszyscy dookoła mają wywalone”, część 1-3

**Wpływ kampanii na pracę biblioteki:** udział w projekcie pozwolił na rozszerzenie grupy czytelników, którzy w Oddziale dla Młodzieży mogą realizować swoje pomysły i być aktywnymi twórcami kultury, nie tylko jej odbiorcami. Młodzi Ambasadorowie będą mieć realny wpływ na zakup nowych tytułów, odpowiadających ich potrzebom i preferencjom. Ponadto będą również organizować i realizować interdyscyplinarne warsztaty, a także prezentować swoją twórczość (fotografie, malarstwo) na wystawach.

[Link do kampanii online na Instagramie biblioteki](#)

#kulturapomaga #studniakultury #jestemtudlaciebie

Instagram Miejskiej Biblioteki Publicznej w Kędzierzynie-Koźlu  
Facebook Oddziału dla Młodzieży Miejskiej Biblioteki Publicznej  
w Kędzierzynie-Koźlu „Studnia Otwarta Kultura”

[Link do kampanii online na fanpage’u biblioteki](#)

**Co było najlepsze w tym projekcie?** Udział w projekcie pomógł dopracować ofertę kulturalną dla młodzieży. Omówienie propozycji działań z grupą Ambasadorów zdefiniowało rodzaj wydarzeń, w jakich chcą uczestniczyć młodzi ludzie, co jest cenną wiedzą. Pozytywnym aspektem udziału w projekcie jest także wzrost zaufania młodzieży do bibliotekarzy i „odczarowanie” mitu bibliotekarza jako osoby zamkniętej w świecie książek i odległej od potrzeb czytelników. Kolejną zaletą jest zwiększenie zaangażowania młodzieży na rzecz aktywnego i twórczego uczestnictwa w życiu kulturalnym Kędzierzyna-Koźla oraz udostępnienie im w tym celu zarówno bibliotecznych mediów społecznościowych, poprzez które mogą kreować nawyki czytelnicze wśród młodzieży, jak również przestrzeni w Oddziale dla Młodzieży, gdzie mogą realizować swoje pomysły.

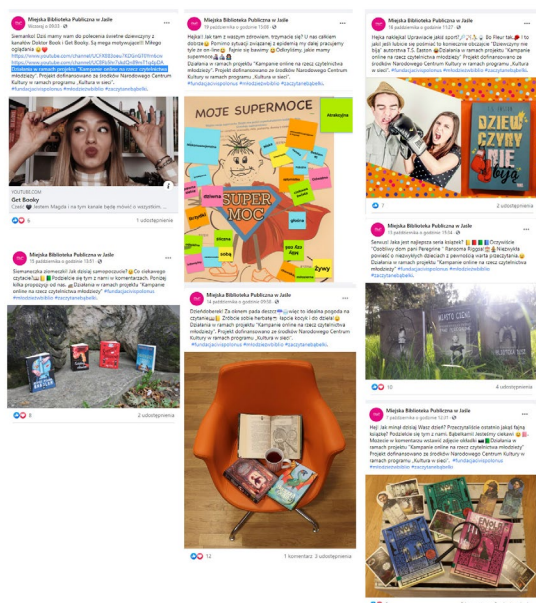
**A co było najtrudniejsze?** Pracownicy Miejskiej Biblioteki Publicznej w Kędzierzynie-Koźlu nie mieli trudności w realizacji projektu. Młodzi mieszkańcy Kędzierzyna-Koźla są bardzo zaangażowani w życie społeczno-kulturalne. Możliwość realizowania swoich pomysłów i okazja do wpływania na nawyki czytelnicze rówieśników pozwoliła im na stawianie pierwszych kroków w twórczej działalności.

## [Miejska Biblioteka Publiczna w Jaśle](#)

**Temat kampanii: Zacytane Bąbelki – jak się odstresować w bibliotece**

#zacytanebąbelki

Realizacja i opis: Dorota Woźnica, Magdalena Chart



## Zdjęcia postów z fanpage'a Miejskiej Biblioteki Publicznej w Jaśle

**Opis grupy młodzieżowej:** dzięki współpracy z zaprzyjaźnionymi bibliotekarzami szkolnymi w Miejskiej Bibliotece Publicznej w Jaśle powstała 8-osobowa grupa aktywnych, pogodnych i z zapałem czytających książki nastolatków w wieku w wieku 13-15 lat.

„Zaczytane Bąbelki” – bo taką nazwę przyjęła grupa – spotykały się w bibliotece i online, polecając książki warte przeczytania, ulubioną muzykę i dzieląc się codziennymi doświadczeniami i pomysłami na to, jak sobie radzić ze stresem i troską o przyszłość.

**Opis sposobu określenia przedmiotu kampanii – jak zbadano potrzeby młodzieży i jakie informacje udało się uzyskać:** potrzeby młodzieży zbadano poprzez ankietę online przygotowaną przez bibliotekarki w oparciu o sugestie młodzieży, rozesłaną grupie „Zaczytane Bąbelki” i do szkół. Odpowiedzi udzieliły 122 osoby w wieku 13-18 lat. Uczestnicy badania wypowiedzieli się m. in. na temat udziału w kulturze, stwierdzając, że raczej nie mają problemu z dostępem do oferty ani miejscem spotkań, ale dodali też wiele przykładów, jak ofertę dla młodzieży uatrakcyjnić. Jako najważniejszy problem wskazali stres i zmęczenie oraz obawy o to, jak ułożyć się ich przyszłość. Podobnego zdania byli członkowie grupy „Zaczytane Bąbelki”, z którymi została omówiona ankieta.

**Opis przebiegu kampanii „Zaczytanych Bąbelków”:** polegała ona na umieszczaniu na Facebooku i Instagramie biblioteki postów przygotowywanych

na spotkaniach w bibliotece i online. Grupa dzieliła się tytułami książek, które warto przeczytać, podawała linki do ciekawych źródeł w Internecie, a także relacjonowała swoje spotkania, podczas których uczestnicy odkrywali własne supermoce, tworzyli „słoi szczęścia” i wymyślali sposoby na poprawę humoru. Powstało 20 postów na Facebooku o średnim zasięgu od 330 do 775 odbiorców i 15 postów na Instagramie. Finałem kampanii było spotkanie online z Małgorzatą Meisner.

**Spotkanie z ekspertem:** w odpowiedzi na potrzeby zawarte w ankiecie 22 października odbyło się spotkanie online z Małgorzatą Meisner, zatytułowane Moc możliwości. Jak radzić sobie z codziennością i dobrze zaplanować swoją przyszłość? Małgorzata Meisner jest pedagogiem i psychologiem. Prowadzi warsztaty psychoedukacyjne dla młodzieży. Podczas spotkania poruszone zostały następujące tematy: jak radzić sobie ze zmianą, jak zadbać o swoją samoocenę i budować pewność siebie, co zrobić, żeby lepiej radzić sobie z obniżonym nastrojem i stresem, jak odważnie sięgać do marzeń i planować swoją przyszłość. Ekspertka poleciła uczestnikom spotkania kilka książek, dzięki lekturze których łatwiej można sobie poradzić z trudnymi emocjami oraz różnymi problemami okresu dorastania. W spotkaniu wzięło udział około 100 osób, a zakończyła je sesja wielu pytań od uczestników.

#### **Lista książek zamówionych/wybranych przez młodych:**

- Jamie Oliver, „The Book of You – codzienne mikroakcje, dzięki którym poczujesz się lepiej”
- Ann Bailey, Joseph Ciarrochi, Louise Hayes, „W pułapce myśli – dla nastolatków”
- Jennifer Shannon, „Co robić gdy brakuje ci odwagi”
- Katharine Brooks, „Jaki wybrać zawód? Zaplanuj swoją przyszłość”
- Brian Tracy, pakiet „Zjedz tę żabę!”
- Brian Tracy, „Nie tłumacz się, działaj!”
- Odkryj moc samodyscypliny”
- Jarosław Gibas, „Święty spokój. Instrukcja obsługi emocji”
- Paulina Mechło, Olga Geppert, „Trening innowacyjnego myślenia. Rozwiń swój kreatywny potencjał w 31 dni”
- David Kelley, Tom Kelley, „Twórcza odwaga.
- Otwórz się na Design Thinking
- Karolina Jóźwik, „Myślenie wizualne 2.0. Skuteczna komunikacja”
- Tracy Alloway Packiam, „Trening umysłu dla bystrzaków”
- Andżelika Nowak, „Jak pisać, żeby sprzedać. Poradnik bez zanudzania”
- Richard N. Bolles, „Jakiego koloru jest twój spadochron?”

- Michał Zawadka „Uśmiechologia”
- Michał Zawadka, „Chcę być kimś!”
- Malcolm Gladwell, „Poza schematem”

**Wpływ kampanii na pracę biblioteki:** kampania wniosła do biblioteki nowe spojrzenie na literaturę młodzieżową, potrzeby młodzieży oraz sposoby ich zaspokajania. Posty „Zaczytanych Bąbelków” cieszyły się popularnością, ożył dzięki nim kanał biblioteki na Instagramie, a bibliotekarze zyskali nowych książkowych doradców. Uczestnicy projektu stali się częstszymi bywalcami biblioteki, zaangażowali się w wolontariat. Mimo zakończenia projektu przestrzeń na spotkania grupy, aktywność w sieci i młodzieżowo-bibliotekarską wymianę doświadczeń pozostaje otwarta.

[Link do kampanii online na fanpage’u biblioteki](#)

[Link do kampanii online na Instagramie biblioteki](#)

**Co było najlepsze w tym projekcie?** Najlepsze było nawiązanie relacji z młodzieżą, swoboda, luźna atmosfera i to, że grupa poczuła się u nas dobrze do tego stopnia, że spotkania przedłużały się aż do czasu zamknięcia biblioteki. „Zaczytane Bąbelki” zainspirowały nas do ożywienia naszego kanału na Instagramie i dzieliły się informacjami o książkach i literackich kanałach na YouTube, pokazując nam swój świat i opowiadając, co ich interesuje i bawi, ale także co trapi i niepokoi.

**A co było najtrudniejsze?** Największe trudności wynikały z panującej sytuacji epidemicznej i wiązały się z koniecznością odbywania części spotkań grupy w trybie zdalnym – wtedy trudniej było o nawiązanie rozmowy i podtrzymanie aktywności w grupie. Wyzwaniem było prowadzenie spotkań, zwłaszcza zdalnych, w taki sposób, aby nie były przez grupę traktowane jak lekcje. Pandemia utrudniła również kontakt ze szkołami w celu umówienia spotkania z ekspertem (problemy w związku z kwarantanną, nauczaniem hybrydowym, wewnętrznymi procedurami itp.).

## *Miejska Biblioteka Publiczna im. Jakuba z Gostynina w Gostyninie*

**Temat kampanii: Ważne problemy i książkowe odpowiedzi**

Realizacja i opis: Renata Mielniczuk, Katarzyna Julia Leśniewska



Zdjęcia postów z fanpage'a Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gostyninie

**Opis grupy młodzieżowej:** grupa młodzieżowa liczy 15 członków, jej najmłodszy uczestnik ma 13 lat, zaś najstarszy 19. Wolontariusze uczęszczają do różnych gostynińskich szkół podstawowych i ponadpodstawowych.

Współpraca z młodzieżą nawiązana została za pośrednictwem bibliotekarzy ze szkół, którzy włączyli się w promocję projektu poprzez ekspozycję plakatów w swoich placówkach. Koordynatorzy projektu zajęli się kolportażem materiałów promocyjnych w różnych miejscach, do których uczęszcza młodzież, np. w pizzerii, księgarni, na basenie. Plakaty zawieszono na słupach ogłoszeniowych, w lokalnych gablotach informacyjnych Urzędu Miasta Gostynina, Starostwa Powiatowego w Gostyninie, Urzędu Gminy Gostynin, Miejskiego Centrum Kultury, miejscowego kina „Siemowit”. Informacje o projekcie zamieszczone zostały na gostynińskich portalach internetowych, np. gostynin24, jak również na stronie www biblioteki i Urzędu Miasta Gostynina, profilach na Facebooku biblioteki i magistratu Gostynina, Instagramie biblioteki i innych portalach społecznościowych. Udostępnione zostały we wszystkich lokalnych grupach Facebook, jak Mikser Kulturalny, Kulturalnie Zostań w Domu, Gostynin się Ogłasza, Gostynin i Ziemia Gostynińska. Materiały kampanijne promowane były też na naszych prywatnych profilach Facebook, jak również wśród znajomych. Dodatkowo zaproszenia na pierwsze spotkanie w ramach projektu wysyłane były do młodzieży zaprzyjaźnionej z biblioteką.

Nasza grupa młodzieżowa zróżnicowana jest nie tylko pod względem wieku, ale również pod względem zainteresowań, pasji oraz sposobu spędzania wolnego czasu. Mamy w jej składzie młodych ludzi utalentowanych muzycznie, którzy grają na instrumentach i uprawiają śpiew operowy, a także uzdolnionych

plastycznie, pisarsko, filozoficznie, poetycko, tanecznie, informatycznie i komputerowo. Jedna z uczestniczek pasjonuje się lotnictwem. Nasze działania aktywnie wspomaga nauczyciel-bibliotekarz ze Szkoły Podstawowej nr 5 im. Siemowita IV w Gostyninie.

### **Opis sposobu określenia przedmiotu kampanii – jak zbadano**

**potrzeby młodzieży i jakie informacje udało się uzyskać?** Pierwszym etapem kampanii było przeprowadzenie diagnozy lokalnej – ustalenie obszaru naszego zainteresowania. Chcieliśmy jak najwięcej dowiedzieć się o sytuacji młodzieży uczącej się w Gostyninie, jak również mieszkającej w Gostyninie, a uczącej się w miastach sąsiednich, jak Płock czy Kutno. Potrzeby młodzieży badaliśmy poprzez bezpośrednie spotkania, uwzględnialiśmy przy tym rekomendacje sanitarne i epidemiczne. Przeprowadziliśmy wywiady, ankiety, rozmowy bezpośrednie, jak też rozmowy w grupie i dyskusje. Ankieta przydała się nam do uzyskania wiedzy na temat sposobu spędzania wolnego czasu przez młodych, jak korzystają oni z oferty instytucji kultury, a także, gdzie najczęściej można ich spotkać. Jednak tego, dlaczego młodzież postrzega świat, bibliotekę i czytelnictwo w taki, a nie inny sposób, dowiedzieliśmy się dopiero z rozmów i spotkań. Poznaliśmy podczas nich postawy, oceny, potrzeby i motywacje młodzieży. Mogliśmy spojrzeć na otoczenie i naszą bibliotekę ich oczami. Dzięki zróżnicowaniu w wieku, sposobie i miejscu edukacji, rozwijaniu pasji, czy zainteresowań, uzyskaliśmy wielowymiarowy obraz gostynińskiej młodzieży i jej potrzeb.

**Opis przebiegu kampanii:** zorganizowaliśmy 12 spotkań z młodzieżą. Ich przedmiotem było poznanie wzajemnych pasji i zainteresowań, przeprowadzenie badań ankietowych; wdrazaliśmy też kampanię online, publikowaliśmy posty, wspólnie wyszukaliśmy eksperta, określiliśmy potrzeby młodzieży, znaleźliśmy literaturę odpowiadającą na problemy młodzieży. Wspólnie zrealizowaliśmy pomysł nakręcenia filmu promującego kampanię i czytelnictwo. Zaczęliśmy od wysłuchania pomysłów młodzieży, następnie przygotowany został scenariusz i zaplanowane dni zdjęciowe (młodzież wyraziła chęć uczestnictwa w Nocy Bibliotek). Odbyło się spotkanie warsztatowe z kamerzystą i montażystą filmu promocyjnego, następnie kilka spotkań z poszczególnymi grupami przygotowującymi scenki do filmu. Wreszcie omówiliśmy terminy realizacji, kostiumy, scenografię, charakterystykę młodych aktorów i nagraliśmy poszczególne scenki.

**Spotkanie z ekspertem** odbyło się online i było ważnym elementem projektu. Młodzież z różnych klas i szkół, przebywająca w tym samym czasie w różnych miejscach, uczestniczyła jako „Mądrzy Cyfrowi” w tak zatytułowanym spotkaniu

z ekspertem. Mikołaj „Mikser” Mądrzyk – filozof, poeta, raper – mówił o najważniejszych dla młodych zagadnieniach, związanych z cyberświatem, uzależnieniami, przemocą rówieśniczą. Opowiedział, co trzeba zrobić, żeby Internet był dla młodych ludzi platformą rozwoju, a nie źródłem kłopotów, czy też zmartwień. „Mikser” przygotował specjalnie dla uczestników freestyle zachęcający do czytania książek i polecił kilka jego zdaniem szczególnie wartościowych tytułów.

### **Lista książek zamówionych:**

- ↗ Katherine Brooks, „Jaki wybrać zawód? Zaplanuj swoją przyszłość”
- ↗ Richard Bolles, „Jakiego koloru jest Twój spadochron?”
- ↗ Timothy Clark, „Model biznesowy: Ty”
- ↗ Michał Czakon, „Jak uczyć skuteczności siebie i innych”
- ↗ Michael B. Stanier, „Pracuj mniej i lepiej. Odkryj i realizuj swój potencjał”
- ↗ Adam Szustak OP, „Wielka ryba. Droga do odpowiedzialności”
- ↗ Jacek Łapiński, „Jak być lepszym?”

**Wpływ kampanii na pracę biblioteki:** najcenniejsze w tym projekcie było nawiązanie współpracy z młodzieżą, która przychodziła do biblioteki na spotkania nie dla dyplomów, zaświadczeń o wolontariacie, czy też dodatkowych punktów w szkole, tylko ze względu na panującą atmosferę. Zawiązała się grupa, która debatuje o swoich codziennych problemach i o pomysłach na promocję książki i czytelnictwa. Spotkania trwały do ostatnich godzin otwarcia budynku, w którym Biblioteka ma swoją siedzibę. Pojawiła się propozycja zorganizowania maratonu filmowego, wycieczki, czy spotkań poetyckich, filozoficznych, sympatyków Harry’ego Pottera itd. Świetnym pomysłem było zorganizowanie spotkania z ekspertem, którego wybrała młodzież.

**Co było najtrudniejsze w projekcie?** Najtrudniejszy w projekcie był czas, w jakim przyszło nam realizować kampanię. Stan epidemiczny, reżim sanitarny, kwarantanna części uczestników projektu, objęcie naszego miasta „żółtą”, a potem wraz z resztą kraju „czerwoną strefą”, sprawiły, iż musieliśmy realizować zaplanowane poszczególne elementy kampanii w sposób elastyczny, ale uwzględniający indywidualne potrzeby i możliwości czasowe młodzieży. Wyzwaniem było też stworzenie filmu promującego projekt w czasie zwiększonej zachorowalności i pojawiających się kolejnych obostrzeń.

[link do kampanii online na stronie internetowej biblioteki](#)



## O projekcie

Projekt „Kampanie online na rzecz czytelnictwa młodzieży”, zrealizowany został przez Fundację Civis Polonus w okresie od 1 czerwca 2020 r. do 31 października 2020 r. w ramach programu „Kultura w sieci”, wdrażanego przez Narodowe Centrum Kultury. Celem tego programu jest wsparcie projektów upowszechniających dorobek kultury i zwiększających obecność kultury w życiu społecznym, których odbiór następuje poprzez narzędzia online. Jest on elementem tarczy antykryzysowej w kulturze - działań wspierających ten sektor w związku z trudnościami w jego funkcjonowaniu, wynikłymi z epidemii.

Naszym założeniem było wsparcie programowe bibliotek w okresie ograniczonych możliwości prowadzenia normalnej aktywności społecznej. Chcieliśmy wprowadzić do ich oferty nowe formy działalności, oparte o narzędzia online. Choć zasadniczym celem projektu była promocja czytelnictwa wśród młodzieży, jego oddziaływanie było zdecydowanie większe. Pozwoliło zmodyfikować pracę bibliotek, które rozwinęły swoją ofertę programową o formy związane z pracą online. Bibliotekarze zdobyli też cenne doświadczenia w pracy z młodzieżą – nauczyli się diagnozować jej potrzeby i zainteresowania, by traktować je jako wskazówkę do wzbogacania księgozbioru i tworzenia oferty zajęć edukacyjnych. Dowiedzieli się, jak pracować z młodymi ludźmi, aby postrzegali oni bibliotekę jako miejsce przyjazne, w którym mogą znajdować odpowiedzi na ważne dla siebie pytania i rozwijać swoje pasje. W wielu bibliotekach zawiązane zostały stałe grupy wolontariuszy – młodzieżowych doradców biblioteki.

## Etapy projektu

### ① Wybór bibliotek do projektu

Spośród 71 bibliotek, które nadesłały zgłoszenia, do skorzystania ze wsparcia Fundacji Civis Polonus wybraliśmy 8:

- ↗ Gminna Biblioteka Publiczna im. Józefa Narzymskiego w Bogatem
- ↗ Miejska Biblioteka Publiczna im. Jakuba z Gostynina w Gostyninie
- ↗ Miejska Biblioteka Publiczna im. Zbigniewa Załuskiego w Gryficach
- ↗ Miejska Biblioteka Publiczna w Jaśle
- ↗ Miejska Biblioteka Publiczna w Kędzierzynie-Koźlu
- ↗ Miejska Biblioteka Publiczna w Kudowie-Zdroju

- Gminna Biblioteka Publiczna w Oleśnie
- Miejska Biblioteka Publiczna w Otwocku

- ② **Szkolenie online:** na szkoleniu rozpoczęliśmy planowanie kampanii promujących czytelnictwo dla każdej biblioteki. Rozmawialiśmy o metodach pracy z młodzieżą i wymieniliśmy się dobrymi praktykami w zakresie rozwijania w bibliotece młodzieżowego wolontariatu.
- ③ **Powołanie grupy młodzieżowej:** biblioteki nawiązały współpracę z młodymi ludźmi. Potraktowaliśmy ich jako doradców, którzy pomogli zidentyfikować swoje najważniejsze zainteresowania i dylematy oraz najlepsze sposoby dotarcia do młodych ludzi. Wspólnie z młodymi opracowaliśmy szczegóły kampanii.
- ④ **Kampania promująca czytelnictwo w każdej bibliotece:** przy współpracy z grupą młodzieżową przeprowadzona została kampania online. Skupiła się ona na szukaniu książek, w których młodzi znajdują odpowiedzi na nurtujące ich pytania oraz promowaniu tych książek w sieci. Zorganizowaliśmy spotkania online dla młodzieży z ekspertami w zakresie różnych obszarów i problemów, które interesują młodych ludzi. Eksperci podzielili się z nimi swoją wiedzą oraz zachęcili do sięgnięcia po wartościową literaturę i ciekawe treści dostępne w Internecie.
- ⑤ **Wsparcie eksperckie:** w czasie projektu bibliotekom zapewniono opiekę merytoryczną. Eksperci z Fundacji Civis Polonus towarzyszyli bibliotekarzom w trakcie realizacji kampanii. Podczas grupowych spotkań wspierających bibliotekarze poznawali swoje wzajemne doświadczenia i uczyli się najlepszych sposobów dotarcia do młodych ludzi, diagnozowania ich zainteresowań oraz pracy z nimi. Bibliotekarze korzystali też z indywidualnego doradztwa ekspertów.
- ⑥ **Promocja kampanii na rzecz czytelnictwa:** Fundacja Civis Polonus wspólnie z uczestnikami projektu opracowała niniejszą publikację, prezentującą model prowadzenia kampanii na rzecz czytelnictwa młodzieży. Publikacja została zaprezentowana podczas spotkań online, otwartych dla bibliotekarzy z całej Polski, a następnie rozesłana do bibliotek.

Projekt został objęty patronatem Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, portalu Labib oraz serwisu Lustro Biblioteki.



# Fundacja Civis Polonus na rzecz bibliotek publicznych

Fundacja Civis Polonus od 15 lat pracuje na rzecz postaw obywatelskich, umożliwiających jednostkom aktywne uczestniczenie w życiu publicznym. Cel ten osiągamy, rozwijając edukację obywatelską w szkołach (szkolimy nauczycieli, rozwijamy samorządność wśród uczniów) i na poziomie gmin (zakładamy, wspieramy i szkolimy młodzieżowe rady gmin). Od wielu lat specjalizujemy się w promocji bibliotek jako miejsc spotkań i dyskusji, we wzmacnianiu kompetencji bibliotekarzy w zakresie pracy z młodzieżą oraz w rozwoju młodzieżowego wolontariatu w bibliotekach.

## *Biblioteka – miejsce dla młodych ludzi*

Młodzi ludzie wśród użytkowników bibliotek stanowią dziś najmniej liczną grupę. Pracownikom księżnic nieraz brakuje wiedzy, jak tworzyć dla nich ofertę i jak z nimi współpracować. Dlatego jako specjaliści od pracy z młodzieżą pomagamy bibliotekarzom otwierać biblioteki na czytelników z tej grupy wiekowej.

Przeprowadziliśmy szkolenia dla ponad 300 bibliotekarzy z województw kujawsko-pomorskiego, pomorskiego, śląskiego, i wielkopolskiego na temat tworzenia oferty bibliotek publicznych dla młodzieży. Podczas tych szkoleń poruszano m. in. następujące tematy:

- ↗ tworzenie oferty dla młodych we współpracy z nimi,
- ↗ specyfika młodych ludzi jako użytkowników biblioteki,
- ↗ zasady pracy z młodymi ludźmi,
- ↗ projektowanie przestrzeni dla młodych ludzi,
- ↗ dobre praktyki działań bibliotek skierowane do młodych ludzi.

## *Projekt: „Biblioteka jako przestrzeń dyskusji o sprawach lokalnych” (2012-2013)*

Celem projektu było wykreowanie biblioteki jako bezpiecznego miejsca spotkań mieszkańców z władzami samorządowymi, by

w sposób rzeczowy, zaangażowany i efektywny rozmawiali tam o ważnych sprawach lokalnych. Celem była stymulacja rozwoju biblioteki jako racjonalnej, neutralnej i otwartej przestrzeni wymiany opinii. W dyskusjach w bibliotece uczestniczyli mieszkańcy zainteresowani lokalnymi sprawami publicznymi, chcący rozmawiać i brać udział w procesie podejmowania decyzji, m.in. mieszkańcy określonych części gminy, seniorzy, młodzi ludzie. Bibliotekarz pełnił rolę gospodarza i moderatora procesu dyskusji czy konsultacji ważnych kwestii lokalnych. Co ważne, dyskusje odbywały się także w przestrzeni wirtualnej dzięki stworzeniu specjalistycznego portalu do prowadzenia konsultacji społecznych online. Za jego pomocą można było zbierać opinie mieszkańców oraz poddawać je analizie. Dyskusje i konsultacje odbyły się w 22 gminach.

Finansowanie: Program Rozwoju Bibliotek/ Fundacja Billa i Melindy Gates

## *Projekt „Biblioteka – miejsce dla młodych ludzi / Program Rozwoju Bibliotek” (2013-2014)*

Przeszkoliliśmy bibliotekarzy ze 120 bibliotek w zakresie sposobów tworzenia oferty ich działań we współpracy z młodzieżą. W 60 bibliotekach mentorzy/opiekunowie wspierali proces partycypacji młodzieży w programowaniu bibliotek. Nasze szkolenia i wsparcie zostało bardzo wysoko ocenione podczas ewaluacji.

Finansowanie: Program Rozwoju Bibliotek / Fundacja Billa i Melindy Gates

## *Projekt: „Biblioteka – trzecie miejsce dla aktywności obywatelskiej” (2014-2016)*

Fundacja Civis Polonus była partnerem rumuńskiej fundacji Progress w projekcie „Biblioteka: trzecie miejsce”. Jego celem było wzmocnienie demokratycznych funkcji biblioteki. Pracownicy Fundacji Civis Polonus odpowiadali za merytoryczną koncepcję tworzenia „Democracy Nest” – przestrzeni wiedzy, informacji i aktywności obywatelskiej. Projekt adresowany był do wszystkich 42 regionalnych bibliotek Rumunii.

Przeszkoliliśmy bibliotekarzy, którzy w swoich miastach stworzyli miejsca współpracy mieszkańców oraz program wspierania aktywności obywatelskiej.

Finansowanie: Fundusze norweskie dla Rumunii

## *Projekt „Warszawa Lokalnie” – działania dla bibliotek (2016-2018)*

Jesteśmy przekonani, że biblioteka publiczna może służyć społeczności lokalnej jako repozytorium wiedzy niezbędnej do podejmowania działań społecznych oraz miejsce racjonalnej dyskusji o sprawach lokalnych. Biblioteka ułatwia włączanie różnych grup obywateli do sfery publicznej i oferuje neutralną przestrzeń do wspólnego namysłu nad sprawami lokalnej wspólnoty.

W ramach projektu objęliśmy działaniami 12 bibliotek warszawskich. W latach 2016-2018 odbyły się trzy konferencje dla bibliotekarzy, dotyczące działania samorządu lokalnego, możliwości oddolnych działań mieszkańców oraz roli bibliotek jako miejsc edukacji obywatelskiej.

Finansowanie: m. st. Warszawa

## *Program rozwoju wolontariatu w bibliotekach m. st. Warszawy (od 2017 roku)*

Tylko w niewielu bibliotekach w Polsce funkcjonuje program rozwoju wolontariatu, tymczasem według IFLA wolontariat należy do 8 najważniejszych kryteriów profesjonalnej biblioteki publicznej! Jeśli zostanie tam uruchomiony, generuje wiele korzyści.

Fundacja Civis Polonus zrealizowała pilotażową edycję programu rozwoju bibliotek w Warszawie w 2017 roku, a obecnie współpracuje z kolejnymi 40 bibliotekami. Przeprowadzamy warszawskie biblioteki przez proces wdrażania wolontariatu – szkolimy, doradzamy. Pracujemy w grupach i indywidualnie. Zajmujemy się aspektami formalnoprawnymi, określaniem zadań wolontariuszy w bibliotekach, zasadami współpracy z wolontariuszami.

# Zapraszamy na szkolenia

Zapraszamy do skorzystania z naszego wieloletniego doświadczeniu w pracy z setkami bibliotekarzy z całej Polski oraz w zakresie działań na rzecz aktywności społecznej, obywatelskiej i kulturalnej młodzieży. Szkolimy i doradzamy. Rozwijamy działalność bibliotek, pomagając tworzyć ofertę biblioteki dla młodzieży i przy współpracy z młodzieżą.



Grafika z wykazem tytułów szkoleń: 1. Biblioteka dla młodych ludzi. Jak stworzyć atrakcyjną ofertę? 2. Młodzieżowe kampanie na rzecz czytelnictwa. 3. Wolontariat młodzieżowy w bibliotece

Realizujemy szkolenia otwarte oraz na specjalne zamówienie bibliotek, stacjonarne lub online.

Wszystkie treści szkoleń opierają się na praktycznym doświadczeniu bibliotekarzy oraz wpisują się w zalecenia Międzynarodowej Federacji Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich.

[Link do informacji o szkoleniach na stronie internetowej Fundacji Civis Polonus](#)

# Młodzieżowe kampanie online na rzecz czytelnictwa

Warszawa 2020

## **Tekst:**

Olga Napiontek we współpracy z uczestnikami projektu

## **Redakcja i korekta:**

zespół

## **Opracowanie graficzne, skład i łamanie:**

Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie”

Publikacja powstała w ramach projektu „Kampanie online na rzecz czytelnictwa młodzieży”

Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu „Kultura w Sieci”

Fundacja Civis Polonus

[civispolonus.org.pl](http://civispolonus.org.pl)

[fundacja@civispolonus.org.pl](mailto:fundacja@civispolonus.org.pl)

tel. +48 22 8275249, +48 509 725536

Ministerstwo  
**Kultury**  
i Dziedzictwa  
Narodowego



Dofinansowano ze środków  
Narodowego Centrum Kultury  
w ramach programu  
„Kultura w sieci”

