



Министерство культуры Красноярского края
Красноярская краевая детская библиотека
Отдел методического обеспечения
и инновационной деятельности библиотек

Однажды в библиотеке...

**Консультация по проведению деловых игр
для библиотекарей**

**Красноярск
2017**

Составитель:

Иванова Е.В., заведующая отделом методического обеспечения и инновационной деятельности библиотек Красноярской краевой детской библиотеки

Редактор:

Козлова О. С., редактор отдела методического обеспечения и инновационной деятельности библиотек Красноярской краевой детской библиотеки

Компьютерная верстка:

Блинова Р. К., ведущий методист отдела методического обеспечения и инновационной деятельности библиотек Красноярской краевой детской библиотеки

Ответственный за выпуск:

Буравцова Т.Н., директор Красноярской краевой детской библиотеки

Уважаемые коллеги!

Процессы, происходящие в библиотечном деле на современном этапе, требуют от специалистов развития новых умений, освоения новых видов деятельности. Система повышения квалификации библиотечных работников сегодня предлагает широкий диапазон приёмов, форм и методов обучения.

Традиционные образовательные технологии дают возможность обучающимся получить готовый базовый комплекс знаний и навыков, однако они ориентированы больше на развитие памяти, чем на развитие мышления, формируют репродуктивный (воспроизводящий) стиль познавательной деятельности, мало способствуют развитию самостоятельности и творчества.

Инновационные технологии, такие как тренинги, деловые и ролевые игры, «мозговые штурмы» предполагают личностный подход к обучению и ориентированы не столько на передачу готовых знаний, сколько на создание условий для творческого развития, активности и самостоятельности.

В ходе проведённых социологических исследований было доказано, что:

- сухая лекция ведущего усваивается лишь на 10–15%;
- если лекция подкреплена раздаточными материалами и хорошей презентацией – на 30–40%;
- если ко всему вышеперечисленному добавить деловые игры – на 50%;
- если ещё ввести в тренинг интерактивное обсуждение различных ситуаций – на 60–70%;
- если ещё прибавить хороший видеотренинг с раздачей книг самого ведущего – гарантирован 80% результат;
- если плюс к этому предложить посетителям адекватный блок психологических экспресс-тестов – на 85–90%.

Мы предлагаем вашему вниманию задания и тренинги, которые можно использовать при проведении деловых игр, а также отдельные деловые игры.

Некоторые из предложенных заданий требуют работы в командах (группах), другие можно прорабатывать индивидуально.

Среди плюсов групповой работы можно выделить то, что участники делятся друг с другом опытом и идеями, учатся слушать других и принимать иную точку зрения, рассматривают возможность разных вариантов поведения, видят друг друга со стороны. Групповая работа также дает возможность проведения ролевых и ситуационных игр и помогает справляться с заданиями, с которыми сложно справиться в одиночку.

Минусы групповой работы: риск эмоционального заражения, когда некая малопродуктивная идея распространяется среди всех участников, могут остаться без внимания какие-то проблемные аспекты поведения, участники могут стесняться (или не желать) участвовать в групповом обсуждении.

С другой стороны, у индивидуальной работы тоже есть свои плюсы и минусы. Так, индивидуальная работа помогает раскрыть возможности участника и лучше узнать его, позволяет создать условия и выбрать наиболее удобный темп работы для конкретного человека. Но такая работа может наскучить или вызвать сложности в выполнении заданий из-за отсутствия иных точек зрения и может оказаться очень сложной для самого ведущего (тренера).

Большого эффекта можно достигнуть, если сочетать групповой и индивидуальный подход в обучении. Рекомендуем также сочетать традиционные формы проведения занятий с новыми, например, проводить игру как завершающее занятие после теоретического традиционного курса.

Основные этапы проведения деловой игры:

- подготовительный: ознакомление с игровой ситуацией, формирование команд, распределение ролей, информирование о правилах игры;
- выполнение командного задания;

- выступления команд;
- анализ выступлений команд;
- подведение итогов.

Не стоит недооценивать роль ведущего игры или модератора. Он должен не только чётко формулировать правила и задания, следить за соблюдением регламента, но и обладать достаточным уровнем компетентности и коммуникативными навыками. Хорошо, если деловая игра проводится при участии экспертов. В зависимости от целей игры, это могут быть представители администрации библиотеки, представители других учреждений и ведомств, журналисты.

По итогам проведения деловой игры или тренинга необходимо оценить эффективность занятий, например, провести опрос участников, анкетирование или предложить написать отзыв.

Задание «Формируем команду».

Есть много способов деления группы участников на команды. Оптимальное количество участников в команде – от 3-х до 8-ми человек. Предлагаем два варианта деления на команды.

Цель: разделить участников игры на команды, вовлечь в игру, создать позитивное настроение.

Вариант 1. Для проведения необходимо подготовить стикеры разного цвета по количеству команд и участников. Количество стикеров одного цвета должно быть равно количеству участников в одной команде. Ведущий просит всех присутствующих закрыть глаза, затем приклеивает на лоб каждому участнику цветной стикер в произвольном порядке. Задача участников: открыть глаза, оглядеться и молча, используя только жесты, объединиться по цветам в команды.

Вариант 2. Предварительно подготовить карточки с названиями животных, например, «кошка», «собака», «лошадь». Количество карточек с названием одного животного должно быть равно количеству участников в одной команде. Ведущий раздает всем участникам карточки, при этом просит участников не показывать друг другу, какое «животное» кому досталось. Затем все участники по команде должны одновременно начать издавать

звуки животного, написанного на его карточке, таким образом, находя таких же «животных».

Для того, чтобы создать атмосферу доброжелательности и доверия в коллективе, убрать психологические барьеры при общении малознакомых людей, ближе познакомиться и подружиться существует много различных коммуникативных тренингов и игр на знакомство. Описание их можно найти в специальной литературе и в сети Интернет (например, здесь <http://www.psychologos.ru/articles/view/igry-na-znakomstvo>).

Например, задание «**Знакомство**».

Время: не более 10 минут.

Цель: участникам команд познакомиться и ближе узнать друг друга.

Правила: первый участник команды называет своё имя, второй – своё и имя предыдущего, третий – своё и имена двух предыдущих и т.д. Последний называет всех в том порядке, в котором участники представлялись. Можно добавлять к имени какую-нибудь фразу, которая характеризует человека, например, «В свободное время я люблю делать...», «Я люблю читать... (назвать любимые жанры литературы)», «Мне нравится моя работа, потому что...» и т.д.

Игра «Библиотекарь: идеал и реальность» (Збаровская, Н.В. Деловые игры для занятий библиотечных специалистов: Сборник метод. материалов. – М: ЛИБЕРИЯ-БИБИНФОРМ, 2005. – С. 16-17).

Цель: выявление профессионально значимых качеств библиотекаря.

Необходимые материалы: матрицы - *таблица 1* в двух экземплярах (для реального и идеального библиотекаря) для каждой команды, *таблица 2* – 1 экземпляр для каждой команды.

Ход игры: в процессе свободной дискуссии участники формулируют 15 профессиональных качеств библиотекаря. Из этих 15-ти качеств командам необходимо выбрать 10 наиболее значимых.

В матрицы (*таблица 1*) команды вносят последовательно 10 профессиональных качеств идеального и реального библиотекаря. Каждый участник команды должен проранжировать параметры от 1 до 10 баллов.

ВАЖНО! Метод ранжирования отличается от привычного оценочного метода по пятибалльной системе. Ранжирование – скорее выстраивание рейтинга. Оценки не должны повторяться: 10 качеств – 10 баллов. Участники вынуждены ставить низкие оценки там, где при пятибалльной системе многие параметры получили бы хорошие оценки. Определение среднего балла позволяет сделать оценку более объективной.

По окончании ранжирования по горизонтальным строчкам подсчитывается средний балл и определяется место каждого параметра.

По итогам заполнения матриц для идеального и реального библиотекаря выявляются их противоречия и сходство. В каждой команде участники выдвигают предложения по решению проблемы несоответствия идеала и реальности. Ведущий проводит сводный анализ по матрицам и предложениям.

Примеры параметров:

1. Эрудиция
2. Интуиция
3. Коммуникабельность
4. Ответственность
5. Требовательность
6. Оригинальность мышления
7. Творчество
8. Организаторские способности
9. Ораторские способности
10. Знание библиотечных технологий
11. Адаптивность
12. Знание педагогики и психологии
13. Компьютерная грамотность
14. Способность к самообразованию
15. Эмоциональный контроль

Таблица 1

| № п/п | Качества, характеристики | Ранг | | | | Средний бал | Место |
|----------|-----------------------------|------|---|---|---|-------------|-------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Таблица 2

| Причины несоответствия «идеала» и «реальности» | Предложения |
|---|-------------|
| | |
| | |
| | |

Пример проведения игры.

В игре участвуют 3 команды по 4 участника. В свободной дискуссии сформировано 15 качеств библиотекаря. Затем из этих 15 каждая команда формирует 10 наиболее значимых. Перечни у команд могут совпадать, но могут и отличаться по некоторым позициям.

Далее каждый участник заполняет две таблицы: одну для идеального, по его мнению, библиотекаря, другую для реального.

Пример заполнения таблицы для идеала

| № п/п | Качества, характеристики | Ранг (проставляет каждый участник) | | | | Средний балл | Место |
|----------|--------------------------------|---|----|----|----|-----------------|-------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| | | | | | | | |
| 1 | Эрудиция | 6 | 6 | 5 | 10 | 6,75 | 4 |
| 2 | Ответственность | 8 | 10 | 7 | 7 | 8 | 3 |
| 3 | Коммуникабельность | 7 | 4 | 8 | 4 | 5,75 | 5 |
| 4 | Знание библиотечных технологий | 10 | 9 | 10 | 8 | 9,25 | 1 |
| 5 | Требовательность | 5 | 7 | 6 | 5 | 5,75 | 5 |
| 6 | Оригинальность мышления | 2 | 1 | 3 | 6 | 3 | 6 |
| 7 | Творчество | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 6 |
| 8 | Компьютерная грамотность | 9 | 8 | 9 | 9 | 8,75 | 2 |
| 9 | Ораторские способности | 1 | 2 | 1 | 3 | 1,75 | 7 |
| 10 | Знание педагогики и психологии | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 6 |

Средний балл вычисляется так: складываются баллы всех участников по данной позиции и делится на количество участников.

В данном примере мы видим, что знание библиотечных технологий, компьютерная грамотность, ответственность и эрудиция, по мнению участников одной из команд, являются для идеального библиотекаря наиболее значимыми.

Таким же образом заполняется таблица для реального библиотекаря. Затем выявляются несоответствия между идеалом и реальным библиотекарем и выясняются причины этого несоответствия.

Далее командам необходимо сформулировать свои предложения для устранения этого несоответствия.

Пример заполнения таблицы 2.

| <i>Причины несоответствия «идеала» и «реальности»</i> | <i>Предложения</i> |
|---|--|
| <i>1. Дефицит литературы и недоступность электронных ресурсов для профессионального самообразования</i> | <i>Обязательность подписки на профессиональную периодику</i> |
| | <i>Компьютеризация библиотек и организация доступа к сети Интернет</i> |
| <i>2. Несовершенство системы профессионального образования и повышения квалификации</i> | <i>Организация курсов по использованию информационных технологий</i> |
| | <i>Проведение психологических тренингов</i> |
| | <i>Организация дистанционного обучения</i> |

По итогам заполнения командами таблиц необходимо озвучить и проанализировать результаты. Безусловно, будут предложения, которые возможно выполнить только на региональном или даже федеральном уровне. Но наверняка выявятся причины несоответствия, которые зависят непосредственно от каждого библиотекаря.

Игра «Планета Марс»

Существует несколько вариантов проведения игры. Мы предлагаем следующий.

Цель: определить роль своей библиотеки в местном сообществе.

Задачи:

- осмыслить достоинства и недостатки работы своей библиотеки;
- наметить перспективы развития библиотеки.

Раздаточный материал: ручки, бумага.

Игровое время: 90 минут.

Правила игры: экспертная группа представляет гармоничную планету Марс (как вариант, можно выбрать любую другую планету, даже вымышленную). Остальные участники делятся на команды и представляют землян – коллективы библиотек, которые прилетели на Марс, чтобы рассказать о своих библиотеках и предложить «марсианам» открыть библиотеку на своей благополучной планете, где есть все, кроме этих учреждений в нашем земном понимании. В начале игры «марсиане» рассказывают о своей планете – гармоничной и благополучной.

Задание «Представление библиотек»

Время подготовки: 10-15 минут, **время выступления для каждой команды:** 5 минут.

Команды «землян» представляют свои библиотеки.

Далее «марсиане» анализируют полученную информацию о представленных библиотеках и принимают решение, какая библиотека им больше всего понравилась, и они хотели бы открыть на Марсе такую же. Важно, чтобы они аргументировали своё решение и обозначили основные плюсы и минусы в работе представленных библиотек.

Задание «Концепция развития».

Время подготовки: 20 минут, **время выступлений:** 10 минут.

«Земляне» должны представить некую концепцию развития своих библиотек, где, в том числе, должны быть учтены желания, запросы марсиан.

По итогам выступления команд эксперты - «марсиане» определяют наиболее интересную концепцию.

Игра «Однажды в библиотеке»

Цель: развитие навыков подготовки и проведения массовых мероприятий в библиотеке.

Раздаточный материал: ручки, бумага.

Игровое время: 90-120 минут.

Путем жеребьёвки каждая команда выбирает какое-либо комплексное мероприятие, над подготовкой которого будет работать, например, проведение Библионочи, Дня дружбы, Дня поэзии, Дня путешествий и т.д.

Команды должны выполнить последовательно несколько заданий, после каждого из которых представители команды поочередно озвучивают итоги работы группы.

Хорошо, если в игре примет участие эксперт (например, заведующая отделом или методист), который сможет оценить уровень взаимодействия внутри команды, качество выполнения заданий, подведет итог игровой деятельности. Роль эксперта может выполнять ведущий игры, анализируя и комментируя ответы представителей команд после выполнения каждого задания.

Примерные задания:

Задание «План подготовки мероприятия».

Время подготовки: 10 минут, время выступления: 5 минут.

Каждая команда должна сформулировать и озвучить: цель мероприятия, возраст предполагаемых посетителей, основные этапы проведения мероприятия и ответственных лиц (распределить, кто, за что отвечает и на каком этапе).

Задание «Ход мероприятия».

Время подготовки: 20 минут, время выступления: 10 минут.

Команды должны предложить: название мероприятия, форму, примерную продолжительность мероприятия,

оформление и наглядность, оборудование и технические средства, реквизит и расходные материалы, сценарный план мероприятия – перечень основных этапов.

Задание «Организация книжной выставки».

Время подготовки: 10-15 минут, время выступления: 5 минут.

Команды должны предложить концепцию книжной выставки: определить целевое и читательское назначение, расположение, название (более серьезный вариант: разделы, цитаты, список источников), средства для оформления.

Игра «Рекламная кампания».

Цель: формирование представлений о проведении рекламной кампании, развитие навыков работы со СМИ.

Перед проведением игры необходимо провести теоретическое занятие (цикл занятий) по теме, тогда игра станет завершающим этапом и поможет закрепить полученные знания. Рекомендуется пригласить эксперта, который сможет оценить качество выполнения заданий.

Игровое время: 120 минут.

Путем жеребьёвки каждая команда выбирает какое-либо мероприятие, которое может стать событием в жизни библиотеки, например, юбилейная дата или запуск нового проекта. Участники должны провести рекламную кампанию этого мероприятия, привлечь внимание средств массовой информации, местного сообщества.

Ход игры: участники выполняют задание, озвучивают итоги работы в группе, затем в свободной дискуссии разбирают плюсы и минусы, выслушивают мнение эксперта. Задача ведущего - следить за соблюдением регламента подготовки и выступлений, соблюдением правил.

Задание «Основные этапы рекламной кампании»

Время подготовки: 15 минут, время выступления: 5 минут.

Команды должны сформулировать основные этапы своей рекламной кампании и основные ее элементы: определение и

понимание целевой аудитории, формулирование основных целей и задач рекламы, выбор средств и каналов распространения рекламы, определение основных направлений расходов, привлечение партнеров. Также можно предложить рекламный слоган кампании.

Задание «Составление пресс-релиза»

Раздаточный материал: ручки, бумага.

Время подготовки: 20 минут, время выступления: 5 минут.

Команды должны составить пресс-релизы выбранных мероприятий. Возможный вариант: составить пост-релиз, т.е. информацию об уже прошедшем мероприятии. Также можно попросить участников каждой команды индивидуально составить пресс-релизы, а затем проанализировать их.

Подсказка:

Пресс-релиз – специальный бюллетень для прессы с важной, существенной информацией о приближающихся или текущих мероприятиях, событиях.

Основные правила составления пресс-релиза:

1. Заголовок пресс-релиза должен содержать не более 15 слов. После заголовка указать место и дату выпуска пресс-релиза.
2. Лидер-абзац (лид-абзац) должен включать самые важные новости не более чем в 40 словах или меньше и отвечать на вопросы: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Почему?».
3. Основной текст раскрывает детали новости – «Как?», «Какие перспективы это имеет?».

Общее правило: один абзац – одна подробность.

4. Оптимальный размер каждого абзаца 3-4 строки.
5. Справочная информация о библиотеке (история, структура библиотеки) или о мероприятии, которому посвящен пресс-релиз.
6. Контактные лица. Имя, фамилия контактных лиц (контактного лица), телефон и адрес электронной почты.

Полезные ссылки. Данный элемент используется при распространении пресс-релиза в Интернете.

Задание «Мы ВКонтакте»

Время подготовки: 10 минут, время выступления: 3 минуты.

Сегодня практически все библиотеки имеют своё представительство в социальных сетях. Это очень эффективное средство общения с реальными и потенциальными читателями, поэтому библиотекари должны знать основные правила поведения в социальных сетях, уметь оперативно размещать информацию, соответствующую запросам пользователей. Для работы с детьми и молодежью наиболее актуальна работа библиотеки в социальной сети ВКонтакте.

Каждая команда должна написать рекламный пост – приглашение на выбранное мероприятие.

Задание «Круто ты попал на ТВ»

Для проведения необходимо: видеокамера, проекционное оборудование.

Это задание может быть завершающим в игре «Рекламная кампания». Ведущий выбирает по одному участнику от каждой команды. Не раскрывая интриги, уводит выбранных участников в другое помещение, коротко объясняет игровую ситуацию: библиотекаря пригласили на утренний эфир местного телеканала, в течение 2-3 минут он должен рассказать о мероприятии, над рекламной кампанией которого работала его команда.

Затем ведущий или его помощник делают видеозапись обращения участников. Вернувшись в общий зал, ведущий по очереди показывает видеоролики, обсуждая в свободной дискуссии выступления.

При обсуждении видеоролика необходимо обратить внимание на поведение человека перед камерой, чистоту и правильность речи, точность данных в приглашении на мероприятие (дата, время, место проведения мероприятия), не забыть поблагодарить партнеров и спонсоров, если таковые имеются, эмоциональность, сохранение интриги (не раскрывать всех подробностей мероприятия).

Использование в рамках системы повышения квалификации активных методов – тренингов, деловых игр – позволит сделать

обучение библиотечных специалистов более эффективным, поможет в формировании навыков коллективного взаимодействия, профессиональной мотивации в повышении имиджа библиотекаря как профессионала и библиотеки как современного культурного учреждения.

Список литературы:

- ✓ Алтухова, Г.А. Основы библиотечного имиджа [Текст]: учеб-метод. пособие / Г. А. Алтухова. – М.: Литера, 2008. – 224 с. – (Современная библиотека. Вып. 33).
- ✓ Борисова, О. Реклама в библиотеке [Текст]: учеб-практ. пособие / О. Борисова. – М.: ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2005. – 216 с.
- ✓ Деловые игры в библиотеке: сборник методических материалов / Областная универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской; НМО; Сост. А. А. Утевалиева. – Оренбург, 2008. - 54 с. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://portal.orenlib.ru/up/article/file/%E8%E3%F0%FB.pdf>
- ✓ Збаровская, Н.В. Деловые игры для занятий библиотечных специалистов: Сборник методических материалов [Текст] / Н. В. Збаровская. – М.: ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2005. –120 с.
- ✓ Креативность библиотекаря: методическое пособие [Текст] / Волгогр. ОУНБ им. М. Горького, Отдел НИиМР; сост. А. А. Бауэр; ред. М. Ю. Караваева, Т. И. Климова. – Волгоград, 2010. – 44 с.
- ✓ Максименко, Ю.И. Деловая игра – активный метод обучения библиотечных кадров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jumax.iatp.by/razrabotki.html>
- ✓ Современный библиотечно-информационный специалист: взгляд библиотекарей и студентов на профессиональные качества [Электронный ресурс] / Андрей Федоров. – Режим доступа: <https://ideafor.info/?p=494>
- ✓ Игры на знакомство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.psychologos.ru/articles/view/igry-na-znakomstvo>

