

Fandrayzing və kitabxanalar

Kitabxana-informasiya təcrübəsində maliyyə imkanlarının cəlb edilməsi maksimum dərəcədə öz aktuallığını saxlayan bir məsələdir. Qəribəliklərdən artıq uzun zamandır ki, müvəffəqiyyətlə istifadə edilən "fandrayzing" (vəsaitlərin, maliyyə imkanlarının cəlb edilməsi) texnologiyası sponsorların tapılmasında, kitabxananın müntəzəm surətdə maliyyə imkanlarından yararlanmasında mühüm yer tutur.

Fandrayzing ingilis sözü olub - fand-raising - iki sözün : maliyyə imkanları və artırmaq, yetişdirmək ifadələrinin birləşməsindən ibarətdir. Kitabxanalar üçün fandrayzing əlavə maliyyə mənbələrinin axtarılması və istifadəsi deməkdir. Həmçinin vəsait yığımı kimi adlandırılan fandrayzing, hər hansı bir xüsusi səbəbə görə pul yığmaq deməkdir.

Fandrayzing kitabxanaların innovativ fəaliyyətinin mühüm amillərindən biridir. Bütüncü vəsaitləri kitabxananın real xərclərini tamamlamaq bilmərsə, bu zaman büdcə ilə alternativ maliyyə mənbələrinin müənasibliyindən səmərəli istifadə etmək olar. Yalnız bu işlə məşğul olanlar üçün hüquqi nizamlanmasını və xeyriyyə himayəsinin mümkün olan variantlarını daqiq təqdim etməyi bacarmalıdır. Bu haqda Azərbaycan Respublikası kitabxana işi haqqında Qanunun müvafiq bölmələri də əsas götürülməlidir.

Sponsor və xeyriyyə imkanlarından danışıqlar onlar arasındakı fərqlər diqqət yetirmək gərəkdir. Sponsor üçün bu, əlavə reklam etmə, iqtisadi mənfəət imkanındırsa, xeyriyyəçi himayə etdiyi sahədən maliyyə və digər mənfəət gözləmir, bu, azad iradənin ifadəsidir və əslin-

də onun himayəsi hədiyyə xarakteri daşıyır.

Sponsor himayəsinin növləri müxtəlifdir. Bu, qonorar, subsidiya, hesabın ödənilməsi, məqsədlə alış-veriş və s. şəkildə ola bilər.

Sponsorla optimal əməkdaşlıq variantları seçmək olar. Yalnız bu zaman yadda saxlamaq lazımdır ki, müştərək layihələrin reallaşdırılması qarşılıqlı əməkdaşlıq şəraitində həyata keçirilməlidir. Məsələn, hər hansı muzey, şəkil qalereyası, yaradıcılıq studiyası və başqa əməkdaşlıq növləri kitabxanaya əlavə gəlir götürür, eyni zamanda onu mədəni-kütləvi tədbirlərin keçirilməsi üçün bir mərkəzə çevirə bilər.

Kiçik və orta biznes nümayəndələri üçün kitabxananın bazasında informasiya mərkəzlərinin təşkili də perspektivli ola bilər. Məsələn, kitabxana öz tərəfindən arayış-məlumat materiallarının toplandığı bir otaq, guşə və bu materiallarla xidmət edən ixtisaslaşmış personal ayıra bilər, digər tərəf isə texniki avadanlıq, cari kompleksləşdirmə və zəruri olan informasiya bazalarının alınmasını və abunəni təmin edə bilər.

Xeyriyyəçilər ən müxtəlif formada öz himayələrini göstərə bilərlər. Kitabxanaların mədəni və sosial həyatda fəallığı daha çox xeyriyyə imkanlarını cəlb etməyə xidmət edə bilər.

Kitabxana fandrayzinginin əsas mərhələləri

Kitabxanada fandrayzing fəaliyyəti bir neçə mərhələdən ibarətdir: tanışlıq, strategiya, taktika, zamanət, himayə.

Tanışlıq - potensial əlavə maliyyə mənbələrinin müəyyən edilməsi prosesidir. Bunlar yuxarıda qeyd etdiyimiz sponsorlar və xeyriyyəçilərdir. Pullu xidmət növləri də əlavə gəlir mənbələrindəndir.

Maliyyə vəsaitinin (qrantın) tapılması üçün aparılmış axtarışın məntiqi nəticəsidir. Bəs düzgün axtarış nə deməkdir?

İlkin mərhələ üçün kitabxana xüsusi tədbirlər planı hazırlamalı və həyata keçirməlidir. Bu tədbirlər məşhur xeyriyyəçi və imkanlı şəxsiyyətlərə, nəşriyyat birlikləri və başqa görüş, xeyriyyə aksiyaları və s. şəkildə ola bilər. Hər bir tədbirin yekun nəticəsi olaraq cəlb ediləcək imkandan hansı sahədə yararlanmanın mümkün ola biləcəyini də müəyyən etmək gərəkdir. Xeyriyyə yardımı almaq istəyən kitabxana əvvəlcədən yerləşdiyi ərazidə olan firmalar, müəssisələr, kommersiya strukturları haqqında məlumat toplanmalı və təhlil etməlidir. Bu zaman adı çəkilən strukturların maraqlarına diqqət yetirmək vacibdir. Əlavə məlumat üçün dövrü mətbuat səhifələrini, keçirilən aksiyaları da nəzərdən qaçırmamaq gərəkdir. İnternetdən bu sahədə geniş istifadə etmək, bilavasitə xeyriyyəçi fondlar, sponsorlarla əlaqə yaratmaq olar. Bütün bunlar qeyri-büdcə imkanlarının cəlb edilməsi üçün ilkin mərhələni təşkil edən proseslərdir.

İnformasiya ilə məşğul olan mütəxəssislər kimi biz arayış-məlumat nəşrləri və İnternet vasitəsilə fondların professional axtarışını həyata keçirə bilərik. Eyni zamanda kitabxanalara dair layihələrin maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar bütün beynəlxalq təşkilatlar və fondların fəaliyyət istiqamətlərini öyrənmə bilərik. Biz həmçinin xaricdə fəaliyyət göstərən təşkilatlar haqqında həradan və kimdən məlumat ala biləcəyimiz haqda informasiyanı əldə etməyi bacarmalıyıq. Biz bu qəbildən axtarışlar aparmaqla müəyyən təcrübə və vəsaitlərin harada və necə axtarılması biliklərini əldə edə bilərik.

Strategiya - kitabxananın imicinin formalaşdırılması və maliyyə imkanlarının cəlb edilməsi

taktikasının planlaşdırılması prosesləridir. Kitabxananın imicini onun kitabxanadan kənarında təşkil etdiyi və iştirakçısı olduğu tədbirlər - konfranslar, yubileylər, müsabiqələr, sərgilər, informasiya resursları və s. formalaşdırır. Eyni məqsədlə kitabxananın özünün veb-saytı da gözəl təbliğat vasitəsidir. İctimai rəyin formalaşmasına bu işdə kütləvi informasiya vasitələrində çıxışlar da böyük kömək edə bilər.

Kitabxanalar ən müxtəlif sosial əhəmiyyətli hadisələrlə bağlı mətbuat konfransları təşkil edə bilər. Turizm agentlikləri ilə birlikdə kitabxananın səyahət obyektləri siyahısına salınmasına səy göstərə bilər. Bütün bunlar son məqsədə xidmət edən strategiyadır.

Taktika - sponsorlara hesablanmış fəaliyyətdir. Kitabxana haqqında materialların gözəl dizaynla tərtib edilmiş, maraqlı məlumatlarla zəngin göstəricilərini əhatə edən nəşrlər onlarda təsəvvür yaratmaq üçün bir gedişdir. Bu zaman hər bir sponsora görə hazırlanmış material kitabxananın ehtiyacları haqqında məktub-müraciətə tamamlanır. Sponsor - təşkilat kitabxananın tədbirlərinə dəvət edilirsə, bu zaman tanışlıq və ehtiyaclar haqqında söhbətə şərait yaranır və ya kitabxana öz yeni ideyası ilə onu maraqlandırır.

Zamanət - əks tərəfi yardıma olan ehtiyaca inandırmaq, etibar qazanmaq üçün vacibdir. Sponsorlarla münasibətlər onların imkanları nəzərə alınmaqla qurulmalıdır. Müraciət edilərkən təqdim edilən məktub-müraciət və ya layihə qısa və konkret olmalı, müraciətin səbəbini, layihənin zəruriliyini, maliyyəni və məqsədini əhatə etməlidir. Sponsorla daim əlaqə saxlamaq, israrlı olmaq da əsas şərtlərdəndir. Rədd cavabı aldıqda belə gələcəkdə yeni yanlışlıqlara yol verməmək üçün onun səbəblərini aydınlaşdırmaq lazımdır.

Himayə - kitabxanaya yardım göstərən sponsorlarla daim əlaqə saxlamaq, vaxtaşırı onları hər hansı bayram münasibətilə təbrik etmək, müxtəlif tədbirlərə dəvət etmək, minnətdarlıq məktubları təqdim etmək və s. gələcəkdə də işin xeyrinə ola bilər.

Maliyyə mənbələri

Maliyyə mənbələri dedikdə biz bir qayda olaraq qrantları nəzərdə tuturuq. Bu, bizim ki-

kitabxanalarımızın daha çox ehtiyac duyduğu mənbələrdir.

Odur ki, dövlət orqanlarından, kitabxanaları himayə edən yerli strukturlardan maliyyə yardımları gözləmədən, özümüz bu imkanları axtarıb tapmalıyıq. Biz bunu özümüz olaraq fərdi təşkilat kimi, yəni kitabxana olaraq, həmçinin bizim maraqlarımızın birləşdiyi professional birlik və assosiasiyaların üzvü olaraq edə bilərik.

Kitab bayramlarında, festivallarda müəlliflərin öz kitablarını imza edərək oxucuya hədiyyə etmələri, reklam şirkətlərinin üzərində kitabxana sahəsinə aid şəkillər olan fincan, kepka, qələm, çanta və s. hazırlayıb oxuculara hədiyyə etmələri hər iki tərəfin (kitabxananın və sponsorların) tanınmasında mühüm rol oynaya bilər.

Fondların növləri

1. Xüsusi kapitala, fəaliyyət proqramına malik olan qeyri-hökumət təşkilatları

2. Müstəqil fondlar - fərdi və ailənin maliyyələşdirdiyi qrantlar ayıran özəl təşkilatlar. İdarə olunma xüsusiyyətlərinə görə 3 yerə ayrılır:

Ailə fondları (ilkiln vəərəsənin amilləri ilə idarə olunur)

Çox məqsədli fondlar (müxtəlif sahələrə grant ayırır)

Xüsusi təyinatlı fondlar (xüsusi maraq dairəsi olan fondlar)

3. Korporativ və ya kampaniyaların sponsorluq etdiyi fondlar

4. Əməliyyat fondları

5. İctimai fondlar

Məqsəd və vəzifələrindən asılı olaraq qrantlar müxtəlif kateqoriyalara ayrılır:

Təşkilatın öz missiyası və məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün

Müəyyən sahələri əhatə edən xüsusi layihələr üçün

Kapitalın himayəsi üçün, yəni binanın təmiri və ya avadanlığın alınması üçün

Xeyriyyə fəndrayzinqi haqqında. Yalnız xeyriyyə məqsədi ilə toplanmış puldur. Xeyriyyə məqsədləri olan təşkilatlar heç zaman toplanan pulları öz işçilərinin xeyrinə xərcləməzlər.

Belə təşkilatlar qeyri-kommersiya təşkilatları adlandırılır, çünki toplanan pullar işçilərin ciblərinə yox, təşkilatın məqsədlərinə xərclənir.

Fəndreyzerlərin növləri

Fəndreyzerlər cəmiyyətin hər bir sektorundan ola bilərlər. Onlar bütün etnik qruplara, irqlərə və dirlərə aid olan kişilər və qadınlardır. Bəzi fəndreyzerlər məktəbdə xeyriyyəçiliyi öyrənməyiblər, o halda ki başqaları Master və Mütəxəssis dərəcəsinə almağa qadirdilər.

Professional fəndreyzerlər:

Professional fəndreyzerlər əsasən qeyri-kommersiya təşkilatlarında çalışırlar və burada inkişafa xidmət edirlər.

Könüllü fəndreyzerlər:

Adətən onlar təşkilatın məqsəd və missiyasını dəstəkləyən, öz vaxt və səyləri ilə paylaşan və bunun əvəzində heç nə gözləməyən insanlardır.

Yaxşı fəndreyzerlər:

Onlar əsasən kreativ insanlardır, çalışdıqları təşkilatın gələcəyinə inanır, töhfələr verməyə səy göstərir və başqalarını da buna çağırırlar.

Layihənin nə qədər vacib olursa olsun, onun icrası kifayət qədər insan, maliyyə resursları olmadan həyata keçirilə bilməz. Əslində fəndrayzinq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq özü də bir xeyriyyəçilik fəaliyyətidir. Çünki bu sahədə tərtib və təqdim edilib uğur qazanan layihələrdə insanlar yaşayış səviyyələrini artırmaq üçün əlavə vəsaitlə təmin olunmuş olurlar. Dönməqdə olan fəaliyyətlər, hərəkətsiz qalmış proseslər canlanır, demokratik cəmiyyətdə insan haqlarının yeni sədalari yaranmış olur.

Fəndrayzinq dünyaya yaşayış üçün daha da çoxsahəli və humanitar bir ab-hava gətirir. Bəli, fəndrayzinq kitabxanaların innovativ fəaliyyətinin mühüm amillərindən biridir. Biz inanırıq ki, bu sahədə görülən işlər uğurlu nəticə verəcəkdir.

● **Ruhiyə MƏMMƏDLİ,**

F.Köçərli adına

Respublika Uşaq Kitabxanasının elmi-metodika şöbəsinin müdiri