

DB3302

浙江省宁波市地方标准

DB3302/T 1111—2019

阅读推广志愿服务规范

Specification for reading promotion volunteer service

2019-10-09 发布

2019-11-09 实施

宁波市市场监督管理局

发布

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由宁波市文化广电旅游局提出并归口。

本标准起草单位：宁波市图书馆、宁波市标准化研究院、镇海区图书馆、象山县图书馆、天一青年读书会、读书人俱乐部。

本标准主要起草人：贺宇红、葛丽娜、彭佳、胡一俊、王霄翔、钱俊、林丹红、柴隆、林英初。

阅读推广志愿服务规范

1 范围

本标准规定了阅读推广志愿服务的总则、筹备计划、志愿者招募、服务实施和服务质量。本标准适用于阅读推广志愿服务的策划、提供和管理。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

阅读推广

以向公众传播阅读理念和价值、开展阅读指导、引导和培养阅读兴趣、提高阅读能力等为核心内容的活动。

2.2

阅读推广志愿服务

志愿者、志愿组织和其他组织通过阅读推广活动自愿、无偿向社会或者他人提供的公益服务。

2.3

阅读推广志愿者

以自己的时间、知识、技能、体力等从事阅读推广志愿服务的自然人。

2.4

阅读推广组织者

组织开展阅读推广活动的个人或机构。

2.5

合作伙伴

共同开展或参与阅读推广活动的合作方。

3 总则

3.1 阅读推广志愿服务是文化志愿服务体系建设的重要内容，应弘扬奉献、友爱、互助、进步的志愿精神，体现自愿、无偿、利他、平等原则。

3.2 阅读推广志愿服务应统筹兼顾服务资源，不断巩固公共阅读服务阵地，推动阅读推广全面协调可持续发展。

4 筹备计划

4.1 识别服务要素

确立阅读推广志愿服务名称或主题时应综合考虑以下因素：

a) 分析社会背景，包括：

- 1) 与政府部门关系;
- 2) 与社会和受众关系;
- 3) 优势和独特性;
- 4) 创新性。
- b) 确立基本思路与原则:
 - 1) 体现文化性、地域性、科学性、先进性;
 - 2) 充分考虑传统与现代结合、国际与国内结合。
- c) 明确与志愿服务提供者的关系, 考虑:
 - 1) 志愿者的工作时长、体力以及数量配置;
 - 2) 志愿者的知识、专业、社会背景等因素;
 - 3) 志愿者工作内容的普适性、岗位的稳定性和服务供给的大众化;
 - 4) 志愿者活动所带来的社会影响力、可持续性和可推广性等品牌或示范效应。
- d) 明确受众的预期效果, 如获取信息、传递知识、增长技能、获得成长等;
- e) 确立衡量和判断预期效果的评价体系, 包括:
 - 1) 确定受众的范围和数量;
 - 2) 衡量活动的社会影响力;
 - 3) 判断活动的可持续性和影响力;
 - 4) 评估与受众成长影响的关联性。
- f) 评估实施环境条件, 考虑:
 - 1) 是否需要合作伙伴的支持;
 - 2) 是否适应自然条件变化需要;
 - 3) 是否满足不同受众的需要;
 - 4) 是否满足公共安全需要。

注1: 在自然条件方面可考虑可达性, 包括气象条件、地质条件、场所设施、交通、公共安全等;

注2: 在受众方面需关注特殊群体的基本阅读权益保障;

注3: 在满足公共安全方面, 考虑根据活动规模、活动区域和活动性质等因素可能带来的社会影响或潜在风险, 需与行业管理部门以及交通、公共安全、应急管理等相关管理部门的沟通并获得相关支持。

4.2 确定服务提供者来源

对阅读推广志愿服务提供者的来源进行识别, 可以是志愿者个人, 也可以是志愿组织。

4.3 制定活动计划

制定阅读推广志愿服务计划或方案, 明确:

- a) 服务目标、服务指向和服务内容;
- b) 志愿者通用政策, 包括基本条件、权利义务以及招募、培训、服务时间、保障激励等;
- c) 志愿者工作机制, 包括明确各相关责任方、设立志愿者部门、建立工作协调机制等;
- d) 活动方式, 如阅读沙龙、展览展示、读书分享(如纸质阅读分享、有声阅读分享、数字文化信息阅读分享等)、阅读辅导(如讲故事、亲子阅读、培训等)、讲座、讲堂等;
- e) 活动规模、内容, 及受众的流动性和安全性;
- f) 志愿者的配置;

注: 综合考虑规模大小、活动内容、现场管控、预期效果等要素进行配置。

- g) 志愿者的责任与目标;
- h) 时间及进度安排;

- i) 保障条件, 包括但不限于自然条件、经费来源、宣传推广等;
- j) 风险与安全因素, 包括:
 - 1) 现场环境与自然条件的关联;
 - 2) 主题与受众的关联度;
 - 3) 应急保障与安全措施的识别;
 - 4) 执行任务或履职过程中的风险;
 - 5) 发布和传播与志愿服务无关的信息;
 - 6) 不同受众不同年龄存在的人身安全;
 - 7) 现场受众存在行为或精神异常现象;
 - 8) 现场可能存在的恶意行为者;
 - 9) 隐私信息的泄露。

4.4 落实保障

4.4.1 阅读推广组织者应为志愿者提供保障, 包括但不限于:

- a) 参与活动的基本保障, 如场所、设施、设备、交通、餐饮等;
- b) 完成志愿服务所需的知识和技能培训;
- c) 志愿服务识别体系, 如标识牌、服装、绶带等;
- d) 安全保障机制, 包括:
 - 1) 有效的沟通途径与方式;
 - 2) 与服务相关的环境安全和措施;
 - 3) 编制志愿服务安全应急预案;
 - 4) 明确责任与保险。

4.4.2 阅读推广组织者应拓宽渠道, 整合不同资源, 包括:

- a) 政府提供给志愿者的支持;
- b) 社会组织提供给志愿者的支持;
- c) 志愿者所在机构提供的支持;
- d) 其它志愿者提供的资源。

4.5 项目审核

阅读推广组织者应围绕以下内容对阅读推广志愿服务活动进行审核:

- a) 是否阅读推广志愿者是活动项目的主体或多数参与者;
- b) 是否不以营利为目的;
- c) 是否具有志愿服务行动;
- d) 是否体现利他精神和良好社会效果;
- e) 是否具有活动的主动性和相对的持续力。

5 志愿者招募

5.1 招募方式

5.1.1 志愿者招募可通过推荐招募和公开招募两种方式开展。

5.1.2 推荐招募时, 被推荐的志愿者可来自于:

- a) 与阅读推广工作建立有长期合作关系的志愿者;

b) 可信赖的固定读者。

5.1.3 公开招募是志愿者招募的主要形式，招募时应向志愿者明确以下信息：

a) 招募渠道，以及向潜在志愿者发布需求信息的频率；

注：如口头通报/纸质动态更新/电台/网站/社交媒体/计算机系统/短信/移动客户端等。

b) 志愿者所需提供的任务类型、资源、性质与执行时间；

c) 志愿者注册登记的程序和要求；

d) 志愿者应具备知识和技能要求；

e) 阅读推广组织者应提供的知识资源及要求。

5.2 招募沟通

5.2.1 沟通应平等、自愿、安全。

5.2.2 有固定的场所和有效的通讯方式。

5.2.3 沟通中应考虑志愿者的：

a) 社会层面因素，如性别、民族、文化程度、信仰等；

b) 知识结构、技能与阅读推广任务的匹配；

c) 可提供的资源，如身体条件、时间等；

d) 执行能力，如相应资格证书或接受过相关培训；

e) 对组织者的依赖程度和完成目标的独立性情况；

f) 服务动机，如相关诉求、利益需求、帮助等；

g) 潜在风险因素。

5.3 选拔录用

5.3.1 被选拔录用的志愿者应在志愿服务公共平台注册登记。

5.3.2 阅读推广组织者应根据阅读推广活动特点对志愿者进行选拔，选拔时应：

a) 优先考虑有阅读推广经验的志愿者；

b) 考核志愿者基本道德素养和阅读推广基本素养；

c) 评估志愿者的经验、基本技能与预期任务的匹配性；

d) 审核已具有阅读推广专业技能的志愿者的专业和社会背景。

5.3.3 选拔可采取面试、笔试、情景模拟等方式。

5.3.4 对满足录用要求的志愿者，阅读推广组织者应与其签订书面协议。

注：服务协议包括但不限于志愿服务的内容、时间、地点，当事人的权利、义务，风险保障措施，协议的变更和解除，法律责任及争议解决方式等事项。

5.4 志愿者培训

5.4.1 阅读推广组织者应根据阅读推广志愿服务需求，制定培训计划，分别对志愿服务组织领导、志愿者骨干和普通志愿者进行培训，因材施教。

5.4.2 志愿者培训内容包括：

a) 通用培训，包括：

1) 志愿文化、服务精神以及志愿者权利、义务；

2) 公众形象和文明礼仪；

3) 语言表达和沟通能力；

4) 团队意识和合作能力；

5) 应急安全知识、心理知识等基本知识；

- 6) 阅读推广志愿服务的基本情况,如举办地区情况、服务组织和分工情况、举办场所及周边情况等。
- b) 专业培训,包括:
- 1) 完成阅读推广志愿服务所需专业知识和技能;
 - 2) 对已有相关专业知识和技能的进一步强化。
- c) 岗位培训,包括:
- 1) 职责、工作要求、服务流程、操作规范等;
 - 2) 工作区域及周边环境情况;
 - 3) 实操演练。
- 5.4.3 选用适合的教学方法对志愿者进行培训,如理论讲授、主题讲座、案例分析、经验交流、技能实训、远程教育、以师带徒等。
- 注:技能实训可在志愿服务现场或模拟环境场地上进行。
- 5.4.4 阅读推广组织者应对培训对象进行考核评估,只准许经培训后符合上岗要求的志愿者开展服务。
- 5.4.5 阅读推广组织者应开展培训效果评价,包括培训项目的设计和实施效果、培训方法的多样性和有效性、培训对象和志愿服务需求方的满意度等。

6 服务实施

6.1 信息传播

对阅读推广志愿服务信息进行有效识别,明确:

- a) 信息传播的途径和渠道;
- b) 是否通过媒体公众号或传统媒体发布信息;
- c) 信息发布的时间节点和具体内容;
- d) 是否需要各类媒体上的言论进行监测或者分析;
- e) 传统媒体是否要监测或传播社交媒体上的信息。

6.2 资源管理

- 6.2.1 阅读推广组织者应制定资源管理方案或制度,明确资源使用流程和使用要求。
- 6.2.2 与志愿服务相关资源包括经费、场所设施、服务用品、应急物资等,可来自于政府、社会组织、个人等。
- 6.2.3 项目完成后对资源的使用情况进行审核,评估资源使用是否合理、规范。

6.3 现场服务

- 6.3.1 对志愿者进行评估,确认其能力、知识水平与所分配的阅读推广志愿服务任务相匹配。
- 6.3.2 根据志愿服务计划或方案,确认核实志愿者的:
- a) 工作任务和 workflows;
 - b) 服务是无偿的还是津贴的。
- 6.3.3 为阅读推广志愿服务提供必需的资源保障,并确认资源满足阅读推广志愿服务需要。
- 6.3.4 为阅读推广志愿服务提供必要的安全保障和措施,如在易发生危险的区域或设施设备设置警示标志、采取防护设施、加强安全监测或巡视等。
- 6.3.5 阅读推广志愿服务现场布置应与阅读推广内容相协调,主题鲜明。
- 6.3.6 阅读推广志愿服务现场应设置明显的志愿服务识别标识。

6.3.7 志愿者提供服务时：

- a) 按志愿服务识别要求统一着装，佩带或放置志愿服务证、卡；
- b) 行为礼仪规范，文明礼貌，用语规范；
- c) 使用受众易懂的语言，语气语调符合受众接受服务的特点；
- d) 对老、幼、残、孕等人员提供帮助或特殊服务。

6.3.8 关注服务现场各相关方言论及行为：

- a) 对不文明行为进行提醒、教育、纠正；
- b) 对发生以下情形时应及时制止：
 - 1) 具有危险性的或恶意的；
 - 2) 因生理、心理状况异常不适合进行相关活动的。

注：对有特异体质、特定疾病、异常心理状况或行为举止的，需特别关注。

6.4 服务记录

阅读推广组织者应对阅读推广志愿服务过程及其结果进行文字和/或影（音）像记录，记录应真实、全面、及时、准确。

6.5 成效展示

对阅读推广志愿服务过程及其结果通过网络、新媒体、志愿服务平台、展览等形式进行展示。

7 服务质量

7.1 质量控制

7.1.1 阅读推广组织者应建立志愿服务质量管理制度和相关流程，识别、分析对志愿服务质量有重要影响的关键过程，并加以控制。

7.1.2 阅读推广组织者应建立与质量管理相适应的督导制度，监测志愿者的专业服务能力、工作表现和服务质量，识别其持续教育培训和持续改进的需求。

7.1.3 阅读推广组织者应建立畅通的渠道，收集并及时回应和反馈与志愿服务质量相关的投诉和改进建议，并采取有效的纠正或预防措施，持续改进服务质量。

7.2 绩效评价

7.2.1 阅读推广组织者应建立志愿服务绩效评价体系，包括阅读推广志愿服务绩效评价和志愿者的绩效评价。

7.2.2 阅读推广志愿服务绩效评价内容包括：

- a) 受众对志愿服务的满意度；
- b) 对特色、创新性的认知及现场体验；
- c) 社会影响力，包括影响范围、群体、时间；
- d) 可持续情况等。

注1：社会影响力可通过获奖、典型示范效果、媒体报道等方式进行评估；

注2：可持续情况关注一定时期内项目的多次举办或在不同层级、地域的复制推广；

注3：对阶段性志愿服务可进行过程绩效的跟踪评测。

7.2.3 志愿者的绩效评价内容包括：

- a) 受众对志愿者的满意度；

- b) 志愿者对社会的影响;
- c) 志愿服务的时间、取得成效;
- d) 志愿服务对志愿者的影响;
- e) 志愿者需持续改进的内容。

7.2.4 绩效评价可通过现场问卷、网络发布、第三方评估等方式进行,通过对相关数据的收集、整理、分析,形成建议性意见或研究报告:

- a) 了解如何让志愿者参与到长期的阅读推广工作中;
- b) 鼓励志愿者向阅读推广人和志愿服务组织者角色发展;
- c) 提升服务质量,以及项目的可持续性和社会影响力。

7.2.5 绩效指标以知晓认可情况、参与体验情况、满意度情况、可持续发展情况为依据,主要包括:

- a) 志愿服务满意率 90%以上,志愿者满意率 95%以上;
- b) 特色、创新性的认可度 85%以上;
- c) 预期效果的实现度 80%以上;
- d) 可持续性的期望度 50%以上。

7.3 服务激励

7.3.1 阅读推广组织者应制定志愿服务激励方案或制度,明确激励对象、条件及实现程序和要求。

注:激励方案可以是阅读推广志愿服务的组成部分,也可以应用或融入社会志愿服务激励体系。

7.3.2 志愿服务激励内容包括:

- a) 志愿服务证明应准确、规范,清晰反映志愿者参与志愿服务的实际情况;
 - b) 宣传报道应贯穿志愿服务全过程,及时有效收集、宣传典型事迹;
 - c) 评比表彰;
 - d) 制作和发放激励用品等。
-