



Государственное бюджетное учреждение культуры
Архангельской области «Архангельская областная научная
ордена «Знак Почета» библиотека имени Н.А. Добролюбова»

Библиотечная практика: новое, полезное, интересное

Дайджест

Выпуск 14

Составитель:
О. Н. Кирюх, главный библиотекарь
отдела формирования фондов и организации каталогов

Архангельск
2017

СОДЕРЖАНИЕ:

Библиотека в окружающем мире.....	2
Современные тенденции развития библиотек.....	2
Реклама и PR библиотеки.....	6
Организация работы в библиотеке.....	8
Кадры решают всё.....	8
IT-технологии.....	12
Основные направления деятельности библиотек.....	14
Библиотеки и экология.....	14
Чтение для сердца и души (популяризация художественной литературы).....	16
Библиотечное обслуживание отдельных категорий пользователей.....	18
В библиотеку с пеленок.....	18
На пороге взрослой жизни.....	19
«Особые читатели».....	21
Формы массовой работы библиотек.....	23
Выставки: интересные решения.....	23
Калейдоскоп библиотечных мероприятий.....	24

Библиотека в окружающем мире

Современные тенденции развития библиотек

Крутчинская, О. Пошаговая инструкция: получить деньги на проект от спонсора / Олеся Крутчинская // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. – № 3. – С. 40-44.

Главное здесь — правильно организовать взаимодействие с настоящими или потенциальными спонсорами. Привлечь финансовую помощь поможет алгоритм работы с потенциальными спонсорами.

ШАГ 1. *Учитывайте разницу между меценатами, благотворителями и спонсорами*

Дополнительными источниками финансирования для учреждений культуры могут стать меценатская, благотворительная и спонсорская поддержка. Разница между ними имеет существенное значение, поскольку в зависимости от квалификации сделки будут отличаться ее налоговые и гражданско-правовые последствия. Основным отличительным признаком, позволяющим разграничить благотворительность, меценатство и спонсорскую деятельность, является цель такой деятельности.

Меценатская деятельность отличается от благотворительности социальными и культурными целями. Задача **благотворительности** — обеспечить социальное благополучие в обществе. Цель **меценатства** — сохранить и развить культурное достояние. Цель **спонсора** — прорекламировать и создать положительный образ своей компании в глазах пользователей культурных благ, в т. ч. творческой интеллигенции. В связи с этим, привлекая спонсоров, важно описать потенциальные выгоды от их участия в проекте.

ШАГ 2. *Проинформируйте потенциальных спонсоров*

Оповестите потенциальных спонсоров, что ваш проект нуждается в дополнительных финансах. Разместите информацию на сайте учреждения, разошлите пресс-релизы и письма потенциальным спонсорам.

Укажите цель, для которой необходима спонсорская поддержка. Это может быть проведение творческого конкурса, выставки, издание книги или другие мероприятия.

Подготовьте **пакет документов о проекте**, в который следует включить:

- общее описание мероприятия;
- программу мероприятия;
- список участников и приглашенных гостей мероприятия;
- сведения о планируемом числе посетителей;
- информацию об освещении мероприятия в СМИ (публикациях в прессе, трансляциях по телевидению или онлайн). Особое внимание уделите описанию учреждения культуры. Опишите значимые мероприятия, которые проводились учреждением и получили поддержку в СМИ и социальных сетях. Это поможет создать у спонсора положительный образ учреждения культуры.

Покажите спонсору, что проект уникален и принесет прибыль. Для этого можно подготовить презентацию, в которую следует включить статистические сведения о мероприятии: планируемое число посетителей, общий охват территории, включая освещение мероприятия в медийном пространстве. Следует указать также информацию о целевой аудитории мероприятия: возраст, образование, социальный статус.

Рассчитайте объем спонсорской помощи и предоставьте партнерам точные подсчеты. В обоснование подсчетов следует предоставить смету на товары, работы и услуги, необходимые для проведения мероприятия, где будет указано их наименование, количество и цена с учетом налогообложения прибыли.

Пакет документов и расчеты следует дополнить **сопроводительным письмом**, содержащим краткое описание проекта, необходимые затраты и описание потенциальных

выгод для спонсора. Расскажите спонсору, почему обращаетесь к нему, что ожидаете от проекта. Выбирая спонсора, ориентируйтесь на личную заинтересованность, национальные и религиозные чувства конкретных людей. Опишите успешные проекты, которые вы осуществили ранее. Приведите аргументы взаимной выгоды.

ШАГ 3. Заключите договор о спонсорской помощи

Если спонсор готов оказать проекту финансовую поддержку, заключите договор о спонсорской поддержке (помощи), учитывая общие положения о договорах и обязательствах ГК РФ.

Опишите в договоре направления сотрудничества. Это то, для чего заключается договор: финансирование выставки, концерта или иного мероприятия.

Пропишите порядок определения размера спонсорской помощи, порядок и сроки проведения маркетинговых мероприятий, ответственность сторон, условия расторжения договора.

Оговорите способы и форму упоминания о спонсоре. Обычно информацию о спонсоре размещают на заставках телепередач, на входных билетах, в рекламных анонсах, титрах кинофильмов, интервью. Иногда предусматривается обязанность благодарности спонсора со сцены.

ШАГ 4. Контролируйте расходование средств

Ведите строгий учет спонсорских денежных средств. В некоторых случаях сам спонсор требует отчета о целевом расходовании.

Оформите закрывающие документы — акт сдачи-приемки оказанных услуг. К акту приложите материальные доказательства размещения информации о спонсоре — фотографии или видеозапись. Это позволит спонсору учитывать переданные средства в целях исчисления налога на прибыль.

Предоставьте спонсору способы проверки расходования вложенных средств и пропишите нюансы в договоре о спонсорской поддержке. Это важно для установления прочных взаимоотношений со спонсором. К тому же учреждение культуры создаст себе репутацию образцового исполнителя договора о спонсорской поддержке.

Таким образом, оказание финансовой помощи учреждению культуры возможно как в рамках благотворительной деятельности, так и в рамках договора о спонсорской помощи. Выбирая вид ожидаемой помощи, учреждение культуры в первую очередь обязано помнить об **основном отличии благотворительности от спонсорства**: договор о спонсорской помощи предусматривает встречное предоставление услуг со стороны учреждения — а именно рекламу, объем и вид которой определяются договором. Если в рамках деятельности, поименованной как благотворительная, благотворителю будут оказываться рекламные услуги, это может повлечь штрафы и доначисления от налоговой.

Сукиасян, Э. Р. Креативность – это не лозунг, а конкретные дела: коллективный портрет современной библиотеки / Эдуард Рубенович Сукиасян // Современная библиотека. – 2017. - № 5. – С. 8–15.

Автор описал инновационный опыт многих библиотек и создал такой коллективный портрет.

Образ библиотеки «на входе»

На здании большими буквами, видными издали, написано одно слово «БИБЛИОТЕКА». В вестибюле одна стена занята вешалками, напротив размещаются боксы разного размера по высоте (в самые большие поместился бы даже чемодан), из замочков торчат ключики. Низенькие скамеечки приглашают поменять обувь: внутри каждой лежат пластиковые тапочки разных размеров. Эмблемы на другой стене подсказывают путь к туалетам. Еще одна стена занята стендами, первый – «Наши правила. Как получить читательский билет», на втором – подробные поэтажные планы помещений библиотеки (они встречаются во всех помещениях библиотеки с отметкой «Вы находитесь

здесь»). В правилах указано, что если посетитель оставит адрес своей электронной почты, на нее будет приходить информация обо всех новостях, мероприятиях, о новых поступлениях, а также при желании – отчет библиотеки.

«Можете погулять по библиотеке...»

В широком холле, похожем на картинную галерею, развешены картины. На полу – стенд с информацией о художнике, датах проведения выставки и времени встречи с автором картин (здесь встречаются с авторами в день закрытия выставки), а также о предстоящих выставках. Несколько картин объединены общей надписью: «Эти полотна переданы автором в дар нашей библиотеке».

В нескольких местах афиши приглашали на встречу с группой туристов, возвратившихся из поездки в Италию и Грецию, обещали продемонстрировать фотографии, видеофильм, рассказать о том, что ели-пили, показать, что купили и поделиться новыми средиземноморскими анекдотами.

Читатели – они разные бывают

«Если у вас дома хранится ценная книга, старая или новая, например, подаренная вам за границей, и ваша семья её уже не читает и не смотрит, подарите её нашим читателям». Это простое объявление нашло отклик, читатели принесли несколько ценных изданий. Если дарить библиотеке – возникнет масса сложностей с оформлением. А вот читателям дарить не запрещено. Библиотека только хранит подаренные им книги, свою печать не ставит, но в каталоге отражает (там обязательно написано то же, что указано на дарственном экслибрисе). Принесли также старинный столик и аквариум со всем оборудованием, нашелся и специалист, который научил ухаживать за рыбками. Собираются подарить керамический фонтан с водопадом. Скоро появится кот, поскольку книга Вики Майрон «Дьюи. Кот из библиотеки, который потряс весь мир» очень популярна у читателей. Часто приходит дог со своим хозяином, гуляет по библиотеке, дети его очень любят.

Волшебные свойства отчета

Отчет библиотеки постоянно лежит на столике в свободном доступе для читателей. Иногда, познакомившись с отчетом, читатели самого разного возраста предлагают свои услуги. Пожилой провизор из соседней аптеки каждый месяц проводит беседы о новых лекарствах. Аптека подарила библиотеке шкафчик неотложной помощи (он висит у входа) и постоянно следит за тем, чтобы в нем было всё необходимое.

Читатели – сотрудники паспортного стола не забывают сообщить, что началось заселение нового дома в микрорайоне. Для библиотекарей это очень ценная информация. Школьники разнесут открытки-приглашения по почтовым ящикам, о библиотеке узнают, придут новые читатели. Открытки получают все переезжающие в этот район. Их напечатали большим тиражом в типографии, с которой дружит библиотека. В типографии можно брать полоски бумаги, которая там сбрасывается в макулатуру – на них можно что-то записать, сделать закладки.

Оказывается, в библиотеку рядом с домом взрослые семейные люди записываются нечасто, им удобнее забежать до или после работы, в перерыв. Налажены связи со школами. Библиотекари привозят сотню-другую книг и выдают их все, сразу записывают тех, кто еще не является читателем. Если учителя согласны, то книги по разным темам приносят прямо на уроки, а раз в неделю устраивают выставки «За страницами школьного учебника».

Дважды в год библиотека приглашает будущих призывников вместе с их родителями. С ними беседуют военком, главный врач поликлиники, тренер физкультурного диспансера. Проводятся торжественные проводы отдельно по родам войск, например, для тех, кто идет служить во флот, авиацию, ВДВ и т.д.

Журналисты – наши друзья

Каждый год в сентябре проводится «День подписчика». Приезжают и рассказывают о себе главные редакторы, журналисты местных СМИ. Прямо в библиотеке

проводится подписка, лучшим читателям вручают бесплатные квитанции. Библиотека как организатор мероприятия тоже получает бесплатную подписку на все местные издания.

27 мая газеты печатают не очерки о «передовиках» библиотечного дела, а карту размещения сети библиотек со всеми адресами, телефонами, часами работы. Библиотека публикует не только списки новых поступлений, но и другие, оригинальные: «Эти издания есть в продаже в городе», а ниже мелко напечатано: «Библиотека не может их приобрести в связи с высокой стоимостью». Большая часть этих изданий будет подарена библиотеке. Всех спонсоров, оказывающих различную помощь библиотеке, ожидает благодарность в местных газетах и в отчете библиотеки, экземпляр которого посылается во «власть».

Денег нет, а книги откуда?

Библиотека стала гораздо внимательнее относиться к каждому выделенному на комплектование рублю. Отказались от книг без переплёта: пять книговыдач – и книжка рассыпается. Детективы и женские романы в мягких обложках приносят читатели, у входа есть стеллаж для таких книг под названием «Книговерть». Оттуда можно взять любую книгу без записи, положить свою. Библиотекари только наводят там порядок.

С книготоргом и местными издательствами договорились о получении бесплатно нескольких экземпляров. Право первого прочтения предоставляется активным читателям, их отзывы (полстранички текста) вывешиваются на специальном стенде. Оказалось, что книга, попавшая на просмотр в библиотеку, хорошо раскупается. В зале есть специальный стеллаж с новинками, в течение первых месяцев с книгами можно познакомиться только в библиотеке. Смотрят, читают, если понимают, что книгу надо иметь дома – берут купон на скидку и идут за ней в магазин.

Все книги, получаемые в дар от читателей, проходят обработку в специальной камере – её подарили сотрудники больницы. Читатели получают консультации о том, что надо и не надо хранить в домашней библиотеке.

Владельцы серьезных личных библиотек, в которых свыше 5000 книг (краеведы, доктора наук, историки), взяты «на учет». Библиографы иногда обращаются к ним за справкой, а порой и за нужной для читателя книгой.

Посоветовавшись с налоговой инспекцией, с юристами, обратились в крупную коммерческую компанию с просьбой помочь с подпиской. Пригласили в библиотеку, помогли в том, о чем они просили, рассказали о своей проблеме (дали список, показали отчеты, описали «последствия»). Не сразу, но компания выделила миллион рублей. На журналах появилась наклейка, в библиотеке – объявление. Читатели стали раскупать товары этой компании в магазинах, в библиотеке прошла выставка-продажа.

Библиотекари ходят на экскурсии на предприятия и спрашивают: а что у вас бракуется, что не пропускает ОТК, что выбрасываете? Например, на мебельной фабрике можно забрать обрезки тканей, кожзаменителя, дерева. Все это находит применение на мастер-классах, в переплетном кружке. Там создают шедевры переплетного мастерства – с тиснением, с металлическими пряжками. Все знают об этой платной услуге, заказывают для юбилеев, новобрачных, для разных альбомов.

Будущие мамы обслуживаются в библиотеке по особому плану «Я жду ребенка», им достаточно сказать об этом. С определенного времени книги доставляются на дом бесплатно. Затем читательница переводится на обслуживание по плану «В нашем доме – маленький». В 2-3 года начинается работа с ребенком – ему показывают мультики, включают музыку, а книга просто лежит рядом, ее можно посмотреть. Потом дети занимаются по методике Монтессори и приходят в детский сад уже «образованными», со сложившимися навыками.

Фонд – единый, без деления на абонемент и читальный зал, с книгами можно работать в любом помещении библиотеки и дома. Издания, которые не выдаются на дом, отмечены особым штампом и наклейкой на корешке. Несмотря на наличие электронного каталога, сохранились и все карточные. Старые читатели не согласились на их

консервацию, тем более – уничтожение. Доказали, что в карточном каталоге искать удобнее.

Всё, описанное автором в этой статье, разрешено, существует и работает в разных российских библиотеках.

Реклама и PR библиотеки

Крапотина, О. Как вести группу «ВКонтакте» / Ольга Владимировна Крапотина // Современная библиотека. – 2017. - № 1. – С. 70-71.

Советы и секреты грамотного ведения группы

1. Придумайте «говорящее» название группе и краткое описание с использованием ключевых слов «библиотека», «книга», «чтение» и т. п. Не ставьте в название группы юридические данные вроде МБУК и т. п.

2. Создайте аватар – логотип вашего сообщества. Максимальные размеры: 200 – 500 пикселей. Укажите на аватаре контактные телефоны, время работы и др.

3. Постоянно пополняйте новостную ленту информацией о будущих и прошедших мероприятиях.

4. Публикуйте в день не более трех постов о библиотеке: анонсируйте мероприятия, акции, выставки, публикуйте информацию о новинках для разных социальных групп, активно рекламируйте и призывайте в клубы, создавайте фото- и видеоотчеты с мероприятий.

5. Посты должны быть интересными и разнообразными, с фотографиями, видео, ссылками на другие источники информации. *Помните: люди делятся на аудиалов, визуалов и кинестетиков!*

6. Формат публикаций: фотография и 1-2 абзаца текста. Если материал большой – опубликуйте на сайте и сделайте анонс в группе.

7. Пишите дружественным, грамотным и понятным языком.

8. Публикуйте тематическую информацию, не имеющую непосредственного отношения к библиотеке, но интересную подписчикам.

9. Иногда можно размещать смешные фотографии, демотиваторы и «советы великих» (такими записями часто делятся с друзьями), попутно рекламируя вашу группу.

10. Рекламируйте группу на сайте, в печатной рекламе, рассылках, приглашайте в нее ваших потенциальных пользователей.

11. Обязательно 2-3 раза в день проверяйте, не появился ли на стене группы спам.

12. Оперативно отвечайте на вопросы, давайте подробные ответы, которые могут увидеть все. Избегайте однообразных комментариев «отписал в личку». *Если хотите укрепить контакт – продублируйте ответ личным сообщением.*

13. Отвечайте на комментарии, стройте полилоги. Это позволит вам лучше узнать аудиторию, а ей даст дополнительный стимул продолжать комментировать.

14. Устраивайте в вашей группе розыгрыши и конкурсы. В качестве приза можете использовать ваши услуги. Хороши конкурсы именных рекламных постеров, на которых запечатлены цитаты из любимых книг читателей, голосование за свое фото, придумывание стишков про группу и т. д.

15. Проводите различные опросы - например, о книгах, литературных героях, писателях, событиях.

16. Устраивайте мини-праздники для своей группы. Пусть это будет 777 участников, 100-й пост или 1000-й комментарий. *Участникам сообществ нравятся цифры и нравится отмечать праздники.*

17. Рассказывайте о победителях, активных пользователей, выражайте благодарность подписчикам за что-либо, поздравляйте с днем рождения читателей библиотеки и др.

18. Разработайте и распространяйте визитки «Приглашаем «ВКонтакте» с индивидуальным дизайном для разных возрастных групп.

19. Рассказывайте о группе на мероприятиях библиотеки.
20. Создавайте рубрики под различными хэштегами, например, #что_почитать, где публикуются книжные обзоры, созданные в библиотеке.
21. *Существует страх первого комментария.* Чтобы увлечь пользователей, начните сами первыми оставлять комментарии к постам.
22. Будьте активны не только в своей группе, но и в других. Будьте доброжелательны к «конкурентам», старайтесь с самого начала завязать с ними дружеские отношения.
23. Отслеживайте количество лайков и перепостов, чтобы понять, какие посты нравятся вашей аудитории. Анализируйте статистику группы.
24. Чтобы увеличить количество подписчиков, можно разослать приглашения в группу своим друзьям и знакомым.
25. Не забывайте оставлять контактные данные для связи с вами: почта, адрес, ссылки на другие источники, где вас можно найти.

Пушкарская, Е. Требуется PR-менеджер / Екатерина Пушкарская // Независимый библиотечный адвокат. – 2017. - № 1. – С. 38-42.

Специалиста по связям с общественностью можно «вырастить» внутри коллектива, добавив к функционалу библиотекаря обязанности пиарщика. Но на это требуется время. Можно пригласить студентов соответствующих направлений, сначала на практику, в рамках которой уже следует выбрать самого перспективного. Затем пригласить на работу за маленькую, но белую зарплату, за возможность изменить мир и приятные бонусы в виде знакомств с интересными людьми, которые бывают на мероприятиях в библиотеке.

Оптимальный вариант – нанять уже опытного пиарщика, например, пишущего маркетолога или журналиста. Ему не нужен полный рабочий день, за скромное вознаграждение удаленный сотрудник может дать нужные результаты.

Ресурсная база библиотек гораздо богаче, чем у конкурентов. Территориальные возможности зачастую также более выигрышны. Еще один козырь – доступность, услуги библиотеки бесплатны. Это условные «конфетки» библиотеки, и задача пиарщика – красиво их упаковать и продать. PR-стратегию стоит выстраивать на том, что люди читают и развлекаются, общаются и занимаются самообразованием, а значит, библиотеке нужно просто интегрироваться в высококонкурентный рынок с актуальными предложениями. Это эффективно только в тесном сотрудничестве с отделом культурных программ. Готовя выставку для широкой аудитории, превратите ее открытие в незабываемое событие и сделайте ставку на молодежь и активных людей. Предложите в комплексе с выставкой то, что они любят: игротеку, открытую лекцию, мини-спектакль, мастер-класс в тему... Выступить бесплатно могут молодежные и детские коллективы, заинтересованные в библиотеке как в площадке для продвижения своих услуг, любимые читатели и, конечно, сотрудники.

Неисчерпаемый клад для хорошего пиарщика – общий контекст, например, традиция проведения Года чего-нибудь – литературы, кино, экологии и пр. Мероприятия надо разнообразить. Например, в Год защиты животных устроить выставку «Кошки в литературе» и для ее популяризации организовать в интернете фотоконкурс #яимойкот. Котиков любят многие, и отклик гарантирован.

Искать покупателя на свой товар целесообразно везде, но применяя разную подачу одной и той же информации. Так, релиз для СМИ и пост в соцсети – это разные материалы. Релизы для разных СМИ тоже должны отличаться хоть чем-то, с учетом специфики издания, которую нужно знать. К релизу хорошо бы прикрепить фото в тему и описание, например, героя материала в виде справки.

Важное умение пиарщика – в хорошем смысле интриговать, вызывать любопытство. Предположим, в библиотеке устанавливают RFID-оборудование. Релизы писать пока рано, но "разогреть" публику вполне можно: закиньте в соцсети фотографию с постом-тизером о том, что в библиотеке скоро будет такая технология.

Сколько бы ни было в библиотеке мероприятий, нельзя держать аудиторию в подогретом состоянии всё время. Стоит расставить приоритеты. Логично сформировать свою PR-активность в течение года так, чтобы делать акценты на ключевых событиях, а в промежутках давать немного отдыха, чтобы люди успели немножко соскучиться. Рекламные компании выстраиваются по волновому принципу: продвижение идет, постепенно усиливаясь, с разворачиванием сюжета, затем пиковый период и сворачивание постфактумами. Между крупными кампаниями или параллельно можно запустить две-три короткие волны в месяц по другим информационным поводам, менее значимым.

Результаты работы важно отслеживать, фиксировать и анализировать, при необходимости корректируя планы и форматы. Если всё делать правильно и системно, то постепенно ситуация изменится. Тут – как с репутацией: сначала вы на неё работаете, потом она на вас. «Звучащую» повсеместно библиотеку, востребованную у аудитории, заметят властные структуры и поощрят дополнительными «пряниками», которые, в свою очередь, позволят в следующий раз сделать еще более интересный проект.

Шадрин, С. Фирменный стиль в век высоких технологий : как сделать организацию привлекательной для молодой аудитории / Светлана Шадрин // Библиополе. – 2017. - № 4. – С. 24–27.

Волгодонская библиотека для юношества (Ростовская область) в тесном сотрудничестве с Территориальной избирательной комиссией ведет Школу информационно-правовой культуры молодежи. Ребята не только расширяют свои знания по избирательному праву и технологиям, но и пробуют силы в рекламной-издательской деятельности библиотеки. В нынешнем году результатом такой совместной работы стал календарь «Молодежь Дона выбирает будущее» с фотографиями активистов Школы.

Для того чтобы стать узнаваемой, в прошлом году библиотека запустила проект «Фирменный стиль библиотеки для юношества», который продолжается по сей день. Самостоятельно разработали логотип, слоган, рекламную и сувенирную продукцию. Дизайнерские элементы разместили на рекламных штендерах, сувенирах – футболках, бейсболках, календарях, блокнотах, пакетах, кружках. Календари, визитки, закладки, буклеты с корпоративной символикой изготавливаются в том числе и с помощью собственных технических средств. Несколько лет назад в библиотеке появился свой корпоративный герой – Мышь Библиотечная. Своими силами спроектировали и сделали костюм ростовой куклы, сняли видеоролик «Невероятное приключение Мыши в Стране книг», представив сюжет глазами героини (<https://www.youtube.com/watch?v=OgiGpf8KCTc>). С тех пор Мышь активно участвует в рекламных акциях, мероприятиях и фестивалях. Кроме того, большим успехом пользуются рекомендательные указатели художественных книг для молодежи и подростков «Мышь Библиотечная рекомендует...».

После переезда в другое, более просторное помещение, появилось несколько дополнительных зон, а также креативная стена, оформленная собственными силами, и баннер в фойе, которые стали красочным фоном для фотосессий посетителей (<http://www.vdonlib.ru/read.php?id0=1276>).

Организация работы в библиотеке

Кадры решают всё

Гришина, С. Самообразование специалиста: для чего это надо / Светлана Гришина // Библиополе. – 2017. - № 2. – С. 16-20.

В широком смысле под самообразованием понимают все виды приобретения знаний. Основная форма – изучение научной, научно-популярной, учебной,

художественной и другой литературы, прессы с последующим применением полученных знаний в жизни.

У специалистов библиотечного дела, для которых источники самообразования всегда находились в зоне шаговой доступности, отношения с этим процессом, тем не менее, достаточно сложные.

В Березовской Централизованной библиотечной системе (Свердловская область) одной из первых попыток заинтересовать специалистов этим процессом было выделение *ежемесячного дня для самообразования*. Каждый специалист мог посвятить один рабочий день в месяц изучению профессиональной литературы, причём как на базе ЦГБ, так и выезжая в область. На деле такой возможностью пользуются немногие, в основном это работники сельских филиалов, которые иногда приезжают в Центральную городскую библиотеку. При этом после проведения обзоров профессиональной периодики на ежемесячных семинарах почти вся литература разбирается.

Попыткой привлечь библиотекарей к чтению художественной литературы стало объявление конкурса *«Представь свою любимую книгу»*. Предлагалось рассказать на семинаре о своей любимой книге. Лучший рассказ награждался денежным призом. К сожалению, желающих сделать это тоже оказалось немного.

Внедрение критериев эффективности, определяющих размер стимулирующей надбавки, позволило включить в их число «реализацию индивидуального плана профессионального развития». План состоит из трех разделов.

I. План чтения:

1. Художественная литература (не менее десяти книг, из них три классические, семь современных).
2. Отраслевая литература (не менее двух, из них одна по истории, одна по естественным наукам).
3. Профессиональная литература (не менее одного журнала ежемесячно и двух книг в год).

II. Освоение современных технологий:

1. АБИС «ИРБИС».
2. Новые компьютерные программы для улучшения качества обслуживания.

III. Общее культурное развитие:

1. Посещение театров (не менее одного раза в год).
2. Посещение музеев (не менее одного раза в год).
3. Посещение выставок (не менее одного раза в год).

Факт прочтения книг должен подтверждаться или написанием отзыва о прочитанной книге, или подготовкой интерактивной формы (плаката, электронного читательского дневника, кроссворда и т. д.). Книги разрешалось читать и в рабочее время, а их репертуар не ограничивался – это могли быть и произведения для детей, и дамские романы, и детективы. Лучшие отзывы с согласия авторов зачитывались на семинарах, что приводило к обсуждению не только отзывов, но и самих книг.

Внедрение этих начинаний было неоднозначно оценено коллегами из других библиотек. Одни считали, что 14 книг в год – это много, другим не нравился процесс контроля чтения у взрослых людей.

Процесс самообразования требует самодисциплины и осознания его трудности, но в то же время и необходимости. Администрация библиотеки может помочь в этом своим сотрудникам, пусть иногда и не очень популярными методами.

Захаренко, М. П. Научно-методическая поддержка публичных библиотек : из практики Российской государственной библиотеки для молодежи / Марина Павловна Захаренко // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2017. - № 1. – С. 54–57.

В Российской государственной библиотеке для молодежи создан специальный корпоративный сайт – *Виртуальное методическое объединение библиотек и организаций*,

работающих с молодежью (<http://www.rgub.ru/professional>). Помимо большого количества материалов, документов, публикаций, сообщений с мест, на сайте функционирует специализированная виртуальная справочная служба, отвечающая на вопросы по профессиональной тематике. С 2015 г. выходит *ежемесячная электронная газета РГБМ о работе с молодежью в российских и зарубежных библиотеках «Территория L»* (<http://gazeta.rgub.ru>). Большой блок информации в ней – авторские колонки разной тематики: новинки молодежной прозы, литературные проекты в библиотеках, история и сегодняшний день электронной книги, сюжеты и герои, молодежная субкультура, комиксы.

С 2015 года библиотека реализует три виртуальных обучающих проекта. *Межбиблиотечный методический вебинариум «Успешные библиотечные программы для молодежи»* проводит для специалистов занятия по темам: «Библиотека как площадка для реализации молодежных проектов», «Хип-хоп как часть молодежной культуры», «Психологические тренинги в библиотеке» и др. Вебинары на постоянной основе доступны для свободного просмотра в Интернете на канале YouTube РГБМ (<http://www.youtube.com/user/rgubru>). Интересные программы, реализованные в других библиотеках страны, представлены на сайте РГБМ (<http://www.rgub.ru/professional/center/webinarium.php>). Тематика вебинаров на 2017 г. формируется на основе конкурсного экспертного отбора.

Другой обучающий проект РГБМ – *Библиографические онлайн-среды «Молодежь в литературе XX – XXI вв.»* (http://www.rgub.ru/professional/center/bibliography_online.php) – включает цикл обзорных лекций «Юность длиною в сто лет: образ молодого героя в отечественной и зарубежной художественной литературе XX – XXI вв.». Он нацелен на помощь в организации диспутов, литературных конференций, встреч с писателями в библиотеке, в индивидуальной работе с молодым читателем.

Наиболее резонансный обучающий проект РГБМ – «Открытая авторская онлайн-школа “Эффективная библиотека”» (авторы и ведущие – директор РГБМ И. Б. Михнова и руководитель отдела управления проектами А. А. Пурник) – адресован руководителям и ведущим специалистам библиотек разных типов. На сайте библиотеки в Интернете (<http://www.rgub.ru/video/online-school/>) доступны занятия Школы по темам:

- «Что такое эффективная библиотека?»;
- «Пространство. Организация библиотечного пространства, способствующего самостоятельному чтению и обучению информационной грамотности. Дополнительные сервисы»;
- «Технологии. Старые и новые информационные технологии – продуктивная и перспективная комбинация для молодежной библиотеки. Особенности библиотечного обслуживания инвалидов и лиц со специальными потребностями»;
- «Ресурсы. Принципы формирования, организации и размещения печатного библиотечного фонда. Электронные ресурсы и электронное чтение в библиотеке»;
- «Мероприятия и любительские объединения. Содействие позитивной самореализации личности – цель и смысл деятельности библиотеки»;
- «Персонал. Как преодолеть поколенческие проблемы и оптимизировать кадровую работу библиотеки»;
- «Услуги и специализированные структуры современной публичной библиотеки»;
- «Пользователи и их потребности»;
- «Имидж и внешние оценки деятельности библиотеки».

Успешно реализуется *международный проект – киноальманах о публичных библиотеках разных стран, успешно работающих с молодежью, - «Library planet»*. Уже представлено 16 фильмов о библиотеках Германии, Дании, Норвегии, Польши, Финляндии, Швеции, России. Проект имеет свои страницы в Facebook

(<https://www.facebook.com/libraryplanetrgbm>) и на сайте газеты «Территория L» (<http://gazeta.rgub.ru/?cat=17>).

Овчинникова, Н. В. Кнуты и пряники: как мотивировать сотрудников вести виртуальные представительства / Наталья Владимировна Овчинникова // Современная библиотека. – 2017. – № 2. – С. 22-27.

Система мотивации должна приниматься коллективно, быть простой, понятной и прозрачной для сотрудников, максимально объективно учитывать результаты их деятельности, квалификацию и т. д.

Примеры нематериальной мотивации:

- мотивирующие совещания, планёрки, летучки;
- поздравления со знаменательными датами, причём поздравление может быть разным – от денежной премии до самодельного плаката, но обязательно в присутствии коллег и начальства;
- обучение отличившихся сотрудников на курсах повышения квалификации, семинарах, конференциях;
- возможность обратной связи: это может быть анонимно (корпоративный ящик для писем, доска со стикерами или мелками) или открыто на планерках. За особо ценные идеи можно награждать сотрудников финансово или чисто символически – это так называемая практика премирования инициатив;
- оборудуйте места для отдыха, в первую очередь кухню и раздевалку;
- информируйте о достижениях отличившихся сотрудников в корпоративной газете или на интернет-ресурсе;
- устраивайте конкурсы и соревнования;
- организуйте персональный рабочий участок. Это может быть табличка на двери, карточка на столе, бэйдж;
- делайте поощрительные корпоративные мероприятия.

Для успешной мотивации руководители должны изучать потребности своих сотрудников. Важнейшими из них являются потребность во взаимном уважении в коллективе, в ответственности (стремлении проявить творческие способности и сделать работу более привлекательной для других), в личностном росте и самореализации, в объективной оценке.

Инновационный климат в коллективе имеет очень важное значение для успешного развития библиотеки. Первый показатель – это то, как руководитель смотрит на тех, кто пытается внедрять инновации. Точно так же на них будут смотреть остальные сотрудники.

Наличие у библиотеки официального интернет-ресурса подразумевает его коллективное наполнение. Руководство может встретиться с нежеланием сотрудников участвовать в написании информационных материалов для сайта. Идеальный вариант мотивации в таком случае – внесение работы по наполнению виртуальных представительств библиотеки в оценочный лист работы, который предполагает денежное вознаграждение. Другие варианты: публичное признание и стимулирование, чувство причастности, интерес и вызов, личный пример.

Несколько идей, которые могут выступить в роли как «кнутов», так и «пряников»:

- указывать фамилию автора в материале;
- указывать фамилию редактора / администратора сайта на главной странице;
- обсуждать опубликованные материалы на летучках/ планерках, ссылаясь на разных авторов и приводя их материалы в пример;
- делать работу по наполнению официального сайта значимой, адекватно оцениваемой;
- позволять в рабочее время заниматься самообразованием по теме и обучать членов

коллектива;

- давать возможность участия в профессиональных мероприятиях и конкурсах, представляя библиотеку и ее виртуальный ресурс.

А можно попробовать... поиграть! Геймификация (или игрофикация) – новейший способ мотивации персонала, который заключается в превращении рутинной работы в игровой процесс. В 2013 г. в ЦБС г. Каменска-Уральского реализовывалась программа «Золотая рыбка». Она была инициирована залом электронной информации, сотрудники которого отвечали за наполнение сайта. Программа предусматривала начисление баллов за публикацию уникального контента на официальном сайте ЦБС и его продвижение среди читателей.

В программе участвовали все библиотекари ЦБС. В игре они были «рыбаками» и получали за написанные материалы «ракушки», «морские звезды» и «рыбки». Каждая награда соответствовала определенному количеству баллов. Два раза в год бонусы обменивались на небольшие ценные призы (колонки, наушники, флешки и т. д.), которые библиотекари использовали в своей работе.

Таблица результатов была доступна по ссылке всем библиотекам ЦБС и содержала достижения всех филиалов вместе с замечаниями к ним. Кликнув по ссылке, можно было перейти на материал, за который были начислены баллы. Такая форма саморазвития понравилась библиотекарям, они участвовали с интересом.

IT-технологии

Голованова, К. В. Библиотеки и Википедия: возможности сотрудничества / Кристина Валерьевна Голованова // Современная библиотека. –2017. - № 5. – С. 28–31.

Википедия – это общедоступная универсальная интернет-энциклопедия, которую может дополнять и редактировать каждый. Она запущена в США в 2001 г. в рамках проекта некоммерческого фонда «Викимедиа». В России в качестве одного из отделений фонда с 2008 г. действует некоммерческая организация «ВикимедиаРУ».

Практика сотрудничества библиотек и Википедии существует во многих странах и отчасти в России. В 2015 г. при поддержке «ВикимедиаРУ» создан интернет-проект «Вики любит краеведение». В разделы, которые находятся в разработке, вносятся предложения перенаправления ссылок (ими ценна Википедия) из статей на сайты и электронные каталоги библиотек. Варианты возможных направлений и форм сотрудничества могут быть следующие:

- прямое редактирование статей Википедии библиотекарями,
- написание экспертных публикаций библиотекарями вне Вики (чтобы участники могли на них опираться),
- помощь библиотекарей в оценке и рецензировании источников,
- участие в анализе «системных отклонений» (проблема несбалансированности в освещении тех или иных тем, необъективности в статьях) и разработке мер по их устранению,
- библиотекари в качестве авторов статей Википедии,
- включение электронных ресурсов региональных библиотек в систему нормативного контроля Википедии,
- взаимное обучение,
- библиотека как площадка для викивстреч участников сообщества и организации семинаров и конференций.

Библиотеки Германии активно сотрудничают с немецкой Википедией. Например, Национальная библиотека во Франкфурте-на-Майне в своём электронном каталоге даёт ссылку на соответствующую теме книги статью в немецкой Википедии, а Википедия даёт обратную ссылку на электронный каталог библиотеки. Многие западные библиотеки

отмечают поразительное увеличение числа посетителей на своих сайтах после размещения ссылок в Википедии на их цифровые коллекции.

Проект «Викирезидент» - это совместный проект НП «ВикимедиаРУ» и любых заинтересованных организаций (библиотек, музеев, архивов, институтов, СМИ и т. п.). Он создан для увеличения числа источников качественного содержания в различных проектах Викимедиа. Викирезиденты (сотрудники организаций) переносят различные материалы своих организаций в проекты Викимедиа (под совместными лицензиями). Первым в России к проекту «Викирезидент» присоединился отдел устной истории Научной библиотеки МГУ им. М. В. Ломоносова.

Практически каждая библиотека имеет свой веб-сайт с множеством различных материалов, статей, каталогом и справочной информацией. Взаимодействие с Википедией предполагает прямое перенаправление многомиллионной аудитории интернета на эти проверенные источники информации. Редактировать статьи и перенаправлять читателя на свой ресурс библиотекари могут буквально за один день.

Протопопова, Е. Фантазии в стиле Web : вебlioграфия и метавеблиография : советы практика / Елена Протопопова // Библиополе. – 2017. - № 4. – С. 60–64.

Выполняя информационные запросы пользователя, библиограф должен использовать ресурсы интернета. Для каждой конкретной библиотеки важно систематизировать именно те ресурсы, которые составят основу виртуального справочно-библиографического аппарата. Веб-проект РНБ и РГБ «*Регистр полнотекстовых и библиографических ресурсов интернета для библиотек*» предлагает следующую типологию сетевых ресурсов.

- *Архив электронных текстов* включает книги, статьи, отдельные художественные произведения. Как правило, поиск ведется по автору и заглавию, полнотекстовый выполняется гораздо реже.
- *Библиография* составляется по аналогии с традиционной.
- *Веб-сайт* представляет собой несколько веб-страниц, связанных единством содержания и оформления.
- *Портал* является частным случаем веб-сайта. Характеризуется значительными объемами разноплановой информации, дополнительными услугами (рассылка новостей по электронной почте, персональная настройка и пр.).
- *Домашняя страница* (организации) является частным случаем веб-сайта.
- *Информационная служба* (библиотечная или иная) – это веб-сайт, который дает пользователю возможность задать вопрос и получить ответ. Используются разные средства коммуникации: электронная почта, чат, отправка вопроса по форме и выкладывание ответа на сайте.
- *Каталог веб-ресурсов* представляет собой список ссылок, организованный по систематическому, тематическому, предметному или иному принципу.
- *Электронный каталог* библиотек и иных учреждений, являющихся создателями библиографической информации, как правило, отражает их фонды.
- *Поисковая система словарного типа* по запросу пользователя выдает список ссылок на веб-страницы, удовлетворяющие заданным критериям.
- *Словарь / справочник / энциклопедия* организуются по аналогии с традиционными.

Упорядочить и структурировать веб-ресурсы можно в рамках вебlioграфического пособия, основным назначением которого будет помощь в информационном поиске. Такое пособие удобнее делать в цифровом варианте, чтобы не вводить ссылки вручную.

В качестве примеров можно назвать «Полезные ссылки» (открытые ресурсы: вебlioграфия на сайте ИС ЭКБСОН – <http://www.vlibrary.ru/?id=OpenResources>), «Ссылки по теме» («Ссылки по теме развития и качества образования» - <http://engec.ru/ka4estvo/links>), рекомендательные списки «Web-библиография детских

http://www.tagilib.ru/about_lib/cgb_in_smi/web_bibliography_of_children_39_s_writers_of_the_urals.php).

В библиографическом пособии, созданном библиотекой, важно привести описание ресурса, а не только его название и URL, а также указывать сроки обновления. Библиограф-составитель должен просматривать веб-ресурсы, верифицировать их (следить за достоверностью) и обновлять аннотации в соответствии с новой версией.

Информирование об имеющихся веббиблиографических пособиях (списках полезных ссылок) носит название метавеблиография.

В создании веббиблиографических пособий можно ориентироваться на следующие этапы:

- *Выбор темы.*
- *Поиск веб-ресурсов* в интернете. Он осуществляется с помощью популярных инструментов, например, Google. Можно использовать уже созданные кем-либо каталоги (метавеблиографию).
- *Просмотр и отбор* среди найденных веб-ресурсов релевантных. Для этого надо сначала выработать определенные критерии оценки.
- *Аннотирование* отобранных веб-ресурсов, односложное (отражающее только содержание) или многосложное (включающее также временной охват, принадлежность, особенности доступа и т. п.).
- *Подготовка макета* документа для размещения на веб-сайте.

На последнем этапе важно правильно выбрать *заголовок пособия*, указав в продолжении заглавия слово «список» (список полезных ссылок, список ссылок, список веб-ресурсов, аннотированный список веб-ресурсов).

Необходимо указать *сведения об ответственности и актуальности информации*. Данные об авторах дополняются адресом электронной почты или номером телефона автора, чтобы пользователь мог обратиться к нему, если столкнется с неработающей ссылкой.

Подбор ключевых слов, извлеченных из аннотаций, делается для того, чтобы созданный ресурс был виден роботам навигации в глобальной сети.

После названия и сведений об ответственности помещается *введение*, где отражаются содержание и назначение веббиблиографии. Если пособие содержит более 20 веб-источников, необходимо *оглавление*. Затем идут *библиографические описания каждого ресурса с гиперссылкой на заглавие* в соответствии с принятыми ГОСТами.

Готовое пособие публикуется на сайте. На этом этапе можно ввести метатеги в исходном коде для повышения возможностей нахождения данной веббиблиографии в интернете.

Библиографирование сетевых ресурсов находит отражение и в действующих базах данных библиотек. Например, на сайте Самарской областной универсальной научной библиотеки представлена «База данных “Ресурсы интернета”» – <http://www.lib.smr.ru/catalogs-list>).

Основные направления деятельности библиотек

Библиотеки и экология

Петрова, Е. В. Как провести День экологии / Елена Владимировна Петрова // Современная библиотека. – 2017. - № 5. – С. 88–91.

Библиотека № 10 им. Л. Кассиля г. Чебоксары Чувашской Республики предлагает ряд идей по организации и проведению мероприятий, посвященных экологии.

День писателей-натуралистов

В такой день будут уместны:

- громкие чтения, которые можно продолжить играми, викторинами, путешествиями;
- дискуссионная лекция (устный рассказ, сопровождаемый видеорядом и специально подобранной музыкой) с последующим обсуждением;
- комментированный просмотр фрагментов из мультфильмов и кинолент, снятых по произведениям писателей;
- литературный калейдоскоп (быстрая смена лиц, событий, связанных с биографией и творчеством писателя);
- литературные фанты (участникам предлагается угадать, о чем говорится в произведении, по его заголовку).

День экологического творчества

Этот день можно также назвать День экологических развлечений; День экологических игр, развлечений и забав; День экологических удовольствий; День экологических талантов; День знатоков природы; День экологических соревнований; День экологических загадок; День экологических приключений.

Одним из мероприятий Дня может стать игра. Для продвижения экологической книги и чтения подойдут следующие формы игры:

- блиц-игра или экспресс-викторина, когда участникам не даётся времени на раздумья;
- бой или турнир (состязание двух команд, задающих друг другу вопросы);
- брейн-ринг (аналог телевизионной игры «Что? Где? Когда?»);
- викторина. Различают аудиовикторины (с использованием аудиозаписей произведений, звуков природы), изовикторины (с использованием иллюстраций или их фрагментов), видеовикторины (с показом фрагментов художественных или мультипликационных фильмов);
- сюжетная викторина (интеллектуальная игра, построенная на основе занимательного сюжета, в который вплетаются вопросы);
- викторина-тест (на каждый вопрос дается несколько вариантов ответа на выбор);
- игра-путешествие (обязательные атрибуты – карта, компас, маршрут, путеводитель);
- игра-реставрация (выбирается небольшой рассказ, каждое предложение записывается с новой строки, затем текст разрезается на полоски так, чтобы на каждой помещалось одно предложение. Полоски перемешиваются и кладутся в конверт. Задача участников – восстановить текст. Для удобства проверки в уголке каждой полоски можно написать определенную букву, чтобы при правильном выполнении буквы складывались в слова «молодец», «правильно» и т. п.);
- КВН;
- литературная игра. Различают игры ролевые (перевоплощение читателя в литературного героя) и интеллектуальные («разгадывание» книги, ее автора и героев).

День особо охраняемых территорий

Можно озаглавить его также Днем заповедной природы, Днем заповедных троп, Днем заповедных мест, Днем экотуризма. В этот день стоит организовать познавательные и информационные часы, видео- и медиапутешествия, слайд-беседы, экотуры с красочными фотографиями заповедных мест. Существует множество вариантов названий таких мероприятий: «Заповедные места России», «Заповедными тропами», «Заповедники – жемчужины России», «Тянет неспроста в заповедные места», «Заповеди заповедных мест», «Места родные, заповедные...». К каждому из этих дней оформляется книжно-иллюстративная выставка и стол-просмотр с литературой, повествующей об экологических проблемах и раскрывающей многообразие окружающего мира.

Серова, М. Беречь природы дар бесценный : игровая интеллектуальная программа для школьников / Марина Серова // Библиополе. – 2017. - № 4. – С. 53–55.

Правила

Игра, в которой участвуют две команды, состоит из нескольких раундов. В начале каждого объявляются темы и стоимость вопроса (количество баллов, которые можно получить при правильном ответе). Одна из команд выбирает тему и стоимость, ведущий зачитывает вопрос и дает 15 секунд на обсуждение. Затем по сигналу команды записывают свой вариант в бланках ответа и отдают его ведущему. Если участники не уверены в своих знаниях, ответ можно не сдавать. В одном раунде предлагается пять тем и пять уровней стоимости вопросов, то есть всего 25 вопросов. Цифры в начале вопроса означают его стоимость. Верные ответы приводятся в скобках.

I тур ИНТЕРЕСНОЕ ОБ ИЗВЕСТНОМ

Самые-самые

10. Какое полезное ископаемое образуется на болоте? (*Торф, его слой в 1 см накапливается в течение 10 лет*).
20. Назовите самую высокую траву (*Банан, достигает 15 метров*).
30. Какой цветок можно считать самым древним? (*Хризантема, о ней упоминается в произведении Конфуция, созданном примерно 2,5 тыс. лет назад*).
40. Какое дерево самое толстое? (*Баобаб, он достигает 50 метров в окружности*).
50. В животном мире есть хищники. А известно ли вам растение-хищник? (*Венерина мухоловка, она питается насекомыми*).

Другие темы: **Народные приметы, Загадки, Закончи пословицу, Как меня зовут?**

II тур ХОЧУ ВСЕ ЗНАТЬ!

Темы: **Экодаты, Цветочный калейдоскоп, Человек и природа, Эконауки, Водоёмы.**

III тур КАПИТАНЫ, ВПЕРЕД!

Капитаны команд делают ставки по итогам двух пройденных туров. За правильный ответ названное количество баллов прибавляется, за неверный – вычитается.

Экологическая задача для капитанов

В нашей стране стали усиленно уничтожать выдру как вредителя рыболовства. Однако это повлекло за собой вспышку заболеваний и массовую гибель рыбы. Как это объяснить? (*Выдра выполняет роль санитара, уничтожая больных особей*).

Полностью сценарий игры приводится в вышеуказанной статье, копию которой вы можете заказать по системе МБА.

Чтение для сердца и души (популяризация художественной литературы)

Казанцева, С. Посвяти этот день классику : методические рекомендации / Светлана Казанцева // Библиотека. – 2017. - № 5. - С. 61–62.

Омская областная библиотека для детей и юношества разработала сценарий к Пушкинскому дню. Вот некоторые мероприятия:

Угадай произведение

- «Унылая пора! Очей очарованье!» («Осень»).
- «Приветствую тебя, пустынный уголок» («Деревня»).
- «Сижу за решеткой в темнице сырой» («Узник»).
- «Во глубине сибирских руд» (*Первая строчка служит названием*).
- «Нас было много на челне» («Арион»).
- «Царь с царицею простился» («Сказка о мёртвой царевне и о семи богатырях»).

- «В пустыне чахлой и скупой» («Анчар»).
- «Как ныне собирается вещей Олег» («Песнь о вещем Олеге»).
- «Что ты ржешь, мой конь ретивый» («Конь»).
- «Я помню чудное мгновенье» (К ***).

Помоги правильно назвать героев сказок Пушкина

- Королевич Гвидон (*королевич Елисей*)
- Руслан Черномор (*Руслан и Людмила*)
- Лебедь князь (*Царевна Лебедь*)
- Золотая царевна (*Золотая рыбка*)
- Людмила дядька (*Дядька Черномор*)
- Рыбка Салтан (*Царь Салтан*)
- Князь Елисей (*князь Гвидон*).

Блиц-опрос

1. Какая книга Пушкина была первой, которую ты прочитал или тебе прочитала мама?
2. Есть ли у тебя любимое произведение Александра Сергеевича?
3. Чем вызван твой выбор?
4. «Пока в России Пушкин длится...». Как ты понимаешь это выражение?

Напиши аннотацию на книгу

Дети делятся на команды. Ведущий вместе с ребятами определяет, что такое «краткое изложение содержания книги, статьи и т. п.». После этого за определенный промежуток времени команды создают аннотации, победителей определяет жюри. Пример аннотации: «Это сказка о добром старике, которого ругала старуха. Ругала, ругала, да и осталась со старым корытом» («Сказка о рыбаке и рыбке»).

Конкурс чтецов

Детей заранее не информируют о конкурсе. Те, кто помнит стихи, читают наизусть. Остальные, взяв книгу с выставки, с выражением декламируют любимые строфы. Победителей определяют зрительские аплодисменты.

Маслова, О. Общество книжных первооткрывателей / Ольга Маслова // Современная библиотека. – 2017. – № 2. – С. 74–77.

Клуб под таким названием уже несколько лет существует в Рязанской областной детской библиотеке. Дважды в месяц юные любители чтения собираются вместе, чтобы познакомиться с новинками подростковой литературы, обсудить прочитанное и просто поговорить о том, что волнует.

Часто дети не успевают прочитать книгу целиком к конкретной дате, поэтому на некоторых заседаниях вслух зачитываются небольшие произведения и тут же начинается обсуждение. Как правило, ведущая использует методику «чтения с остановками». Работая с текстом, она практикует самые разные формы – синквейн, «облако слов», «ромашка вопросов», «шесть шляп мышления», цепочка ключевых слов и т. д. Для разбора выбираются произведения, в которых ставятся вопросы, не имеющие однозначного ответа.

Так, на одной из встреч обсуждалась книга Лоис Лоури «Дающий». Ребята посмотрели фильм «Посвященный», снятый по этой книге. Обсудили, что более ценно – художественное произведение или его экранизация. Участники сообща пришли к выводу: фильм всегда однозначен, а книга допускает разные трактовки.

На обсуждении книги Е. Ельчина «Сталинский нос» ведущая продемонстрировала слайды и дала пояснения о том, как выглядел быт коммунальной квартиры, как проходили праздничные демонстрации, кто такой Иосиф Сталин, что представляли собой пионерская организация и НКВД. Подростки определили, что авторские иллюстрации сделаны в

жанре карикатуры. Одним из заданий было совместить иллюстрации с заранее распечатанными цитатами из произведения.

Трудно предугадать ход каждого заседания Общества книжных первооткрывателей. Оно может начаться с беседы о жизни, делах участников клуба; обсуждение книг может переходить в обсуждение личных проблем. Среди книг, которые обсуждали в клубе: «Мальчик в полосатой пижаме» Д. Бойна, «35 кило надежды» А. Гавальда, «Удивительное путешествие кролика Эдварда» К. ДиКамилло, «Москвест» и «Я хочу в школу!» А. Жвалевского, «Глаз волка» Д. Пеннака, «Дезертир» Л. Улицкой, «Оскар и Розовая Дама» Э.-Э. Шмитта.

Библиотечное обслуживание отдельных категорий пользователей

В библиотеку с пелёнок

Ганзикова, Г. Ёжик, шляпка... указатель! Метаморфозы из жизни библиоигрушек / Галина Ганзикова // Библиотека. – 2017. - № 5. - С. 56–60.

Первые библиоигрушки (библиографические пособия игровых форм) появились более 20 лет назад. Для библиографов пособие-игрушка – это возможность приучить ребенка к размышлению о пользе не только самих книг, но и библиографической информации о них. Она может преподноситься как в изданиях, так и на искусственных листочках дерева, лепестках цветов, разноцветных шариках; может быть представлена в гнезде птицы или в аквариуме, на имитации пальмовой ветви и т. д.

«Кубики». Это первые интеллектуальные детские игрушки. Из четырех кубиков можно что-то построить или собрать картинку. Рядом с картинкой ребенок найдет библиографические сведения о книге.

«Шапито». На арене цирка размещаются картонные фигурки клоуна, девочки на шаре, дрессированных собачек... На обороте каждой фигурки напечатаны сведения о книгах, посвящённых цирку.

«Всё о ёжиках». На вид настоящий ёжик, только склеенный из бумаги. На колючих иголках – бумажные листья, яблоки, грибы, а на обороте – сведения о книгах и много занимательных историй про ежей.

«Аквариум». Он без воды, но прозрачный. На дне можно увидеть «водоросли» и «плавающих рыбок». К каждой прикреплена проволочная петелька. С помощью игрушечной удочки ребенок начинает увлекательную «библиографическую рыбную ловлю», цель которой – узнать, какие книги об аквариумных рыбках есть в библиотеке.

«Наряды для куклы Маши». В этом пособии два главных предмета: фигура куклы Маши, вырезанная из толстого картона, и Машин сундучок с нарядами. Модели изготовлены из бумаги, но имеют плечики, поэтому каждую можно примерить – бальное платье и сарафан, юбочку с кофточкой и брючки с футболкой, плащ и пальто. На обороте любой модели сообщается, какие книги следует прочитать, чтобы научиться шить красивые вещи для своих кукол, а потом и для себя.

«Волшебный ларец». Формой этот указатель повторяет расписной узорчатый русский ларец, а хранит он сведения о книгах, посвящённых народным промыслам России – дымковской игрушке, жостовским подносам, хохломской росписи.

«Сто друзей всех мастей». В большой собачьей будке размещены картонные фигурки собак разных пород, а на обороте каждой – описание книги о собаках.

Поставить на широкую издательскую основу выпуск подобных книжек-игрушек или хотя бы заготовок к ним – несбыточная мечта автора статьи. Но самоделки тоже привлекательны, об этом свидетельствуют многочисленные конкурсы библиоигрушек в библиотеках России, Украины, Беларуси.

Григорьева, А. Ю. Проект «ЧИТАЛКИН» / Анна Юрьевна Григорьева // Современная библиотека. – 2017. - № 2. – С. 84-85.

Фонд поддержки и развития кинематографии для детей и юношества «Маленькое КИНО» (<http://malenkoekino.ru>) с 2016 г. реализует проект «Читалкин», направленный на поддержание интереса к чтению. Проект активно поддерживают звезды отечественного кино и телевидения, авторы детских произведений. Рассказы, которые они читают, рекомендованы психологами и педагогами. Большинство книг – классика детской литературы: произведения Андерсена, братьев Гримм, Джанни Родари, Агнии Барто, Самуила Маршака. Свои стихи и рассказы прочитали современные авторы Виктор Лунин, Татьяна Рик, Валентин Постников, Тамара Крюкова и другие. Некоторые произведения читают дети.

Увидеть проект и его участников можно на канале YouTube, который так и называется «ЧИТАЛКИН (маленькое КИНО)» (<https://goo.gl/4K9FNX>).

На пороге взрослой жизни

Девяткина, Т. Виртуальный портфель пятиклассника : электронный рекомендательный ресурс для школьников / Тамара Девяткина // Библиополе. – 2017. - № 6. – С. 16–19.

Сотрудники информационно-библиографического отдела Мурманской областной детско-юношеской библиотеки разработали проект «Портфель читающего школьника», цель которого – повысить информационную и медиаграмотность ребят, сформировать их литературный кругозор, обогатить нравственный опыт средствами художественного текста. Адресован он пятиклассникам, но вполне может использоваться и ребятами постарше.

Важной составляющей комплекта (он включает набор информационно-творческих материалов) являются рекомендательные списки литературы: основной – «Десять книжек для девочек и мальчишек» и дополнительный – «Что еще почитать». Предпочтение отдано современным произведениям. Чтобы перейти к творческим заданиям, ребята должны изучить хотя бы одно произведение. В «Творческой тетради» у них есть возможность выступить в роли шифровщика (С. Георгиев «У нас в 5 “Б”»), сделать «зарядку для ума» (М. Аромштам «Мохнатый ребенок»), сочинить сказку (В. Крапивин «Мальчик со шпагой»).

Сейчас у школьников очень популярны скетчбуки (книжки для эскизов), трэвелбуки (блокноты путешественников). Библиотека предложила пятиклассникам похожий на них «Творческий блокнот», где представлены разнообразные неожиданные задания, способствующие развитию интереса к чтению. Например, с помощью «Оракула» можно выбрать наудачу любую книгу. Или нарисовать необычным способом персонажа произведения. Или сочинить фанфик. Или оформить визитку литературного героя. А на «секретной страничке» можно записать свои сокровенные мысли, которые возникли при чтении книги, а потом зашить её нитками.

Одна из особенностей проекта – сочетание заданий традиционных и на электронном носителе. На диске «Виртуальные фишки» представлены различные по содержанию и трудности формы работы с сетевыми ресурсами, разные по степени сложности виртуальные продукты (говорящая аватарка, 3D-презентация, инфографика, иллюстрированная история), а также 15 мастер-классов по их созданию. Приветствуется совместная деятельность школьника и взрослого. Эти материалы опосредованно мотивируют прочитать книгу и развивают информационную компетентность школьников, а также библиотекарей, педагогов, родителей, которые хотят повысить свою медиаграмотность.

Маркова, Е. Л. Зарабатываем букмонов. Пишем синквейны и создаём буктрейлеры / Елена Леонидовна Маркова // Библиотечное Дело. – 2017. - № 11. – С. 7–9.

Библиотекари отдела обслуживания Центральной городской библиотеки г. Сыктывкара решили сыграть на популярности игры Pokemon Go и организовали библиотечную акцию «ВООКемоноБУМ!».

Библиотечный букмон, согласно легенде, живёт в библиотеке, любит читать книги, соответственно и назвали его «книжным монстром» - букмоном (от англ. book – книга). Чтобы он отличался от своего прародителя покемона, библиотекари украсили его очками, кепкой с надписью «Букмон» и дали в руки книгу.

Правила участия в акции «ВООКемоноБУМ!» (они подробно расписаны в информационных листках, выдаваемых участникам):

1. Принять участие в акции может любой читатель библиотеки.
2. Для участия в акции необходимо подать устную заявку библиотекарю.
3. Акция проводится в срок с 1 ноября 2016 года по 15 апреля 2017 года.
4. В ходе акции участник должен собрать как можно больше букмонов.

Собирать их можно следующим образом:

- записаться в библиотеку (1 букмон);
- прочитать книгу (1 букмон за каждые 100 страниц);
- на прочитанные книги написать отзыв в виде синквейна (1 букмон);
- создать буктрейлер на прочитанную книгу (5 букмонов);
- привести в библиотеку друга (1 букмон);
- вступить в группу Центральной городской библиотеки «ВКонтакте» (<https://vk.com/cgbsykt>) (1 букмон);
- сделать селфи с прочитанной книгой и разместить его на страничке Центральной городской библиотеки «ВКонтакте» (1 букмон). Фото, набравшее наибольшее количество лайков, будет отмечено особым призом.

Для разминки ребятам был предложен мини-квест, в ходе которого они, разбившись на команды, должны были собрать как можно больше букмонов определенного цвета, спрятавшихся на полках, и выполнить три задания (найти три книги). С книгами команды возвращались в читальный зал, где библиотекарь проводил мастер-класс по созданию синквейнов на найденные книги.

Синквейн – стихотворение, состоящее из пяти строк: 1 – одно существительное, выражающее главную тему; 2 – два прилагательных, выражающих главную мысль; 3 – три глагола, описывающие действия в рамках темы; 4 – фраза, несущая определенный смысл; 5 – заключение в форме существительного (ассоциация с первым словом). Вот, например, какой синквейн о Сергее Есенине получился у ребят:

Сергей Есенин.

Романтичный, красивый.

Жил, любил, писал.

Русский поэт.

Гений.

Далее библиотекари показывали в качестве примера буктрейлер на книгу В. Железникова «Чучело», рассказывали о странице библиотеки «ВКонтакте» - что интересного ребята могут там найти. В завершение школьники узнали, каким образом будут подсчитываться заработанные в ходе акции букмоны. Те, кто решил принять участие в акции, записывались в библиотеку и брали книги для чтения. Активная работа велась со всеми пользователями библиотеки, в первую очередь – с читателями юношеской кафедры.

Специально для подсчета букмонов были распечатаны закладки с логотипом акции, которые вкладывались в читательский формуляр участника. За каждое выполненное задание на закладке делалась отметка в виде печати с изображением

букемона. Из предложенных вариантов «зарабатывания» букемонов чаще всего ребята выбирали самые простые: взять книги и привести друзей (приводили также одноклассников и родителей). Многие попробовали свои силы в написании синквейнов, если стеснялись выкладывать их на всеобщее обозрение в интернете – сдавали в рукописном виде библиотекарям.

Средний возраст участников – 16 лет. Акция привлекла молодежь в библиотеку: по сравнению с прошлым годом количество читателей юношеской кафедры увеличилось более чем на 60%, число посещений – на 77%.

«Особые читатели»

Журавлева, Т. Арт-терапия для незрячих. Проект «Седьмое чувство» : равные возможности для всех / Татьяна Журавлева // Библиополе. – 2017. - № 2. – С. 66–69.

Централизованная библиотечная система г. Норильска с 2015 г. реализует проект «Седьмое чувство». Создан медиацентр для людей с патологиями зрения, где их учат интегрироваться в «большую» жизнь. При анализе пользовательского спроса выяснилось, что очень востребованы специализированные киносеансы (показ фильмов с закадровым текстом, где описываются ключевые действия, происходящие на экране, внешний вид героев, место событий и другие важные визуальные детали). А фильмов с тифлокомментариями очень мало. Было решено создавать такие фильмы собственными силами с привлечением к работе самих инвалидов.

Библиотекарям удалось решить ряд задач:

- заключён договор с автотранспортным предприятием, позволивший доставлять незрячих людей в библиотеку;
- в компьютерном зале появилось специализированное оборудование (сканирующая и читающая машина Sara способна читать тексты книг, журналов, газет, аудиокниг с компакт-дисков и DVD-дисков естественным синтезированным голосом);
- приобретён комплект презентационного оборудования (проектор, экран) для просмотра фильмов, цифровой диктофон для записи тифлокомментариев;
- организован досуг людей с ограниченными возможностями здоровья.

Благодаря «Седьмому чувству», незрячие люди, привлечённые к работе над фильмами, почувствовали себя востребованными и получили за свою работу вознаграждение из грантовых средств.

Работа оказалась непростой, трудоёмкой и кропотливой. Так как здоровому человеку трудно понять разницу между восприятием окружающего мира слепым и зрячим, много времени заняло обсуждение того, что обязательно описывать в тифлокомментариях, а какие моменты можно опустить. Кроме того, звуковые комментарии нужно было смонтировать в тех эпизодах фильма, где они не будут отвлекать внимание от диалогов и монологов героев. В итоге запись комментариев к пятиминутному эпизоду фильма занимает более двух часов. Пока удалось записать тифлокомментарии всего к двум фильмам – «Стражи Галактики» и «Невероятная жизнь Уолтера Митти».

Сафарова, Т. Научите нас верить в себя! Проект по адаптации «особых» детей / Татьяна Сафарова, Ольга Резникова // Библиополе. – 2017. - № 14. – С. 56–59.

Библиотека имени П. В. Лебеденко Городской централизованной библиотечной системы г. Ростова-на-Дону заключила договор со специальной школой-интернатом № 38. Библиотека по заявке школы проводит комплексные занятия различной тематики, традиционно завершающиеся мастер-классом. Каждое мероприятие состоит из трех блоков. Введение раскрывает смысл всей встречи. В основной части школьники получают информацию по заявленной теме с помощью слайд-программы, книжной выставки, обзора, а затем проводится викторина по теме занятия.

Особенно важным направлением работы с «особыми» детьми является популяризация художественной литературы. Она помогает смоделировать у ребенка стойкий интерес к художественным произведениям, учит разбираться в стилях и жанрах, задаёт ориентиры для формирования читательских предпочтений.

Литературный час «История одной собаки» был приурочен к 110-летию со дня рождения Г. Н. Троепольского. Ребята познакомились с биографией писателя и его трогательной историей о шотландском сеттере Биме, оставшемся без хозяина. Затем состоялся мастер-класс по изготовлению панно из цветной бумаги «Сны Бима». Сюжет заимствовали из иллюстраций к книге «Белый Бим Черное ухо» художника Н. Квицаридзе.

Творчеству Р. Киплинга был посвящён литературный час «Англичанин, в Индию влюбленный». Учащимся рассказали о жизни знаменитого писателя, а затем отправили в путешествие-викторину по его известным произведениям. Мастер-класс «Талисман года» научил ребят делать книжные закладки из цветной бумаги с одним из персонажей Киплинга – обезьянкой.

Экологической теме были посвящены виртуальная экскурсия «*Шумит, гудит зеленый лес...*», приуроченная ко Дню леса 18 сентября (на мастер-классе ребята мастерили панно из цветной бумаги «Рябиновая кисть»), и час информации «*Поёт ракушка гимны морю*». Осмотрев выставку, включающую раковины морских моллюсков, дети под руководством библиотекаря создали свою композицию «Морская сказка».

Уроки силы духа чрезвычайно важны для детей, они помогают найти точку опоры, заряжают оптимизмом и желанием двигаться вперёд. Встреча «Герои нашего времени: параолимпийцы» была приурочена к Международному дню людей с ограниченными возможностями. Биографии спортсменов, их опыт преодоления трудностей не оставили ребят равнодушными. Мероприятие было завершено флешмобом «Люди, сильные духом».

Любой вид творчества для «особых» читателей – не просто развлечение, это мощный инструмент интеллектуального развития и социальной адаптации.

Фазлыкаева, П. Сделать видимым каждое слово : мастер-класс по изготовлению особых книг / Полина Фазлыкаева // Библиотека. – 2017. – № 2. – С. 43-45.

Центральная библиотека Первоуральской ЦБС (Свердловская область) объявила городской конкурс по созданию тактильных книг для слабовидящих и незрячих детей «Мир на кончиках пальцев». Такой «самиздат» может быть полезен не только для особых детей, он вызывает интерес и у традиционной аудитории читателей.

В России нет массового производства специальной литературы для слепых дошколят. Тактильные книги делают своими руками инициативные, добрые, неравнодушные люди – специалисты по работе со слепыми детьми, родители, библиотекари. Но всё равно таких книг очень мало.

Каждый такой экземпляр уникален, создание тактильных книг – сложный и кропотливый процесс.

На первом этапе необходимо продумать каждую деталь книги, обозначить ключевые моменты действия, персонажей и предметы, которые станут осязаемыми. На роли главных героев можно взять готовые мягкие игрушки и небольших кукол, которые «путешествуют» по страницам. Материалы для декораций лучше подобрать максимально приближенные к действительности, чтобы дать ребенку реальное представление о предметах. Цветовая гамма должна быть натуральной (так как у некоторых слепых есть неосознанное «ощущение света») и контрастной (для слабовидящих детей). Книги должны быть небольшими, легкими и безопасными.

На втором этапе рисуем эскизы страниц. Важно, что на них не должно быть много предметов. Затем делаем выкройки страниц и предметов. Экологичность и безопасность – важный критерий отбора материалов для картинок: разные виды тканей - габардин,

мешковина, сукно, шелк, органза, ситец, вельвет, а также кусочки кожи, меха, кружево, синтепон, пуговицы, бусины, перья, бисер, веточки деревьев и многое другое, что подскажет фантазия.

Предметы к страничкам пришиваются чаще всего «зигзагом» на швейной машине. Отдельные элементы можно прикрепить с помощью шнурков, липучек, кармашков. Низ каждой страницы обязательно обозначается каким-либо опознавательным знаком, это может быть шнурок или, например, связанная крючком вытянутыми петлями «трава».

Готовые страницы сшиваются попарно в виде мешка, углы страниц делаются закругленными, чтобы ребенок не поранился. В каждый такой мешок-страницу вкладываем основу – листы плотного картона, которые для «пухлости» оклеиваем с обеих сторон ватином или синтепоном. Детям нравятся мягкие страницы, книга становится тактильно комфортной, а аппликации более выпуклыми и удобными для восприятия.

На заключительном этапе все страницы соединяются. На обложку нашиваем объемными буквами название, бисером дублируем его шрифтом Брайля. Готовые книги застёгиваются на пуговицу или завязываются на шнурки.

В обложке каждой книги делаем специальный карман, куда вкладываем сопроводительный текст, набранный крупным шрифтом, оформленный в виде отдельной книжки. Пока слепой ребенок «смотрит» картинки, взрослый читает ему сказку.

Формы массовой работы библиотек

Выставки: интересные решения

Барыбина, И. Такой непопулярный производственный роман : организация экспозиции одной книги с использованием принципа book-art / Ирина Барыбина // Библиополе. – 2017. - № 2. – С. 41–44.

Одним из направлений деятельности Библиотеки имени С. А. Есенина (г. Ростов-на-Дону) по продвижению современной отечественной прозы на производственную тему стало создание выставок-инсталляций. Они создаются на основе определенного художественного произведения и включают в себя предметную атрибутику по какой-либо профессии. Особенности выставки-инсталляции являются трехмерность, наличие многообразных элементов, способность провоцировать эмоции и интеллект читателя-зрителя, раскрывая глубокий смысл представленного произведения.

Выбор пал на роман Людмилы Улицкой «Казус Кукоцкого» - неоднозначный, вызывающий дискуссии. Выставка-инсталляция в данном случае является эффективной библиотечной формой, помогающей постижению текста. Несмотря на присущие ему черты психологической прозы и исторического полотна, роман является ярким представителем «производственного» жанра.

Выставку, рассчитанную на читателей старше 16 лет, назвали словами А. И. Герцена «Мы не врачи – мы боль». Продумали цветовую гамму. Белый цвет символизирует не только врачебный халат (он также присутствует на экспозиции), но и моральную чистоту подлинного служителя Гиппократов. Синий олицетворяет небесный символ духовности и в то же время ассоциируется с быстротечностью времени, жизни. Красный – цвет родовой крови, родственных связей, сердечного ритма.

Экспонаты представляют собой единое композиционное целое, однако их можно распределить на несколько групп:

- аксессуары, отражающие эпоху (керосиновая лампа), раскрывающие концепцию произведения (фигурка ангела);
- иллюстративный материал: портрет Л. Е. Улицкой, фотокадры телевизионного фильма «Казус Кукоцкого» режиссера Ю. Грымова;

- детали медицинского обихода 1940 - 1950-х гг. (стетоскоп, стеклянные пробирки, ручной тонометр).

Белый халат с расположенным на нем стетоскопом, составляя основу композиции, отсылает к мысли о врачебной деятельности как призвании. Медицинский жгут, размещенный на книге, указывает на то, что драматическая напряженность романа заставит душу читателя «скрутиться в тугий узел». Пухлая «история болезни» и рентгеновские снимки отражают трех ключевых героинь – Елену, Таню, Василису.

На обычном столе создана многоярусность, подчеркивающая значимость отдельных экспонатов и создающая объем. Для этого использовались коробки, подставки для книг, задрапированные тканью.

Многие читатели самостоятельно знакомятся с выставкой, при этом библиотекарь может указать на ключевые моменты инсталляции, обратить внимание на символику и более глубокие смыслы отдельных элементов. Желающие имеют возможность посмотреть фрагменты экранизации романа, электронную презентацию по творчеству Л. Е. Улицкой, по жанру современного производственного романа, поделиться с сотрудниками собственными мыслями.

Магазевская, Л. М. Идеи : «за» и «против» / Лариса Михайловна Магазевская // Современная библиотека. – 2017. - № 1. – С. 72-74.

Специалисты Астраханской библиотеки для молодежи им. Б. Шаховского создают нестандартные выставки. И названия у них увлекательные. Например, «Чёрный ящик Пандоры» - выставка книг в жанре «ужасов». Или выставка «Кладбище забытых». Несмотря на некое «зловещее» название, на ней экспонировалась совсем безобидная литература, незаслуженно забытая читателями.

Выставка «Продолжение следует» хороша тем, что может бесконечно пополняться.

Выставка «Дресс-код для старой книги» необычайно популярна у пользователей, так как зачастую они могут и сами поучаствовать - сделать обложку для книги своими руками из подручного материала (ткань, спички, пуговицы, кожа, солома и т. д.).

Выставка как игра призывает узнать книгу и ее автора, когда название на обложке скрыто фотографией.

Калейдоскоп библиотечных мероприятий

Бусаргина, И. В. Книжный фримаркет / Ирина Владимировна Бусаргина // Современная библиотека. – 2017. - № 1. – С. 75-77.

Идея фримаркета проста: ваша ненужная вещь может оказаться нужной для другого человека, ее можно обменять или просто отдать. В этом есть и экологическая ценность: вещи не пылятся на антресолях, их не выкидывают, а используют. Уменьшается потребность в производстве новых.

В ноябре 2016 г. в Центральной городской библиотеке им. К. Маркса г. Новосибирска прошел первый книжный фримаркет. По сути, это буккроссинг, только целое событие, сопровождаемое встречами, акциями, мастер-классами. Организаторы решили не ограничиваться только книгами. В рабочие часы любой желающий (не только зарегистрированный читатель) мог зайти отдать прочитанные книги, ставшие ненужными диски, пластинки, открытки и найти для себя что-то новое.

Сам фримаркет проходил в воскресенье. На мастер-классе «Делаем книжные закладки» юные читатели вместе с мамами изготовили забавные закладки и отправились искать книги, в которые вложить поделки. Папы в это время листали альбомы и книги по истории родного города. Участники акции «Прочти стишок – съешь пирожок» получили по пирожку за чтение стихотворений.

До самого закрытия работала фотозона «У камина», где читатели фотографировались в уютном кресле с пледом рядом с книжной выставкой-инсталляцией.

Все фотографии впоследствии разместили в группе «ВКонтакте», где каждый мог найти себя, прокомментировать снимки и сохранить их.

Оформление фримаркета было выполнено в едином стиле зимнего дня, проведенного с книгой и чаем. Посетителям на память выдавались «флажки» в виде рукавичек, чашек с чаем, котиков и шарфиков, а коллеги в тот день носили шарфы.

Тогда же прошла акция по сбору детских книг для передачи в малообеспеченные семьи.

Решено было сделать фримаркеты традиционными, поскольку формат оказался очень востребованным.

Несколько советов от организаторов:

- фримаркет лучше проводить в выходной день, чтобы у всех желающих была возможность его посетить;
- следует предусмотреть развлечения для всех групп посетителей – семей с детьми, молодежи, людей постарше;
- желательно наличие администратора, который расскажет о событии всем, в том числе и тем, кто зашёл в библиотеку случайно;
- лучше не перегружать день мероприятиями, ведь главное – сам книжный обмен;
- важно продумать место, где будут размещаться принесённые посетителями книги, - к нему должен быть одновременный свободный доступ нескольких человек.