МКУК «Подосиновская МБС»

Подосиновская центральная библиотека им. А. Филёва

Методический сектор

**Внедри у себя**

***Инновационные формы работы.***

***Опыт библиотек России***

**Выпуск 32**

Подосиновец, 2015

**Добрые советы тем,**

**кто планирует провести «Библионочь».**

Гармс, Е. Добрые советы тем, кто планирует провести «Библионочь» / Е. Гармс // Современная библиотека.- 2015.- № 7.

Режим доступа: // <http://sb.litera-ml.ru/articles/32/167>

Каждый год в день старта акции «Библионочь» и потом в течение двух недель мы читаем множество материалов о том, как здорово и красиво она прошла там-то и там-то. Как не превратить библиотечно-культурную акцию в шумные концерты, как подключить к ней коллег из других сфер. Такую задачу взяла на себя Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского, специалисты которой подготовили методические рекомендации по подготовке и проведению «Библионочи».

**Важные этапы**

1. Выбрать «опорные» знаменательные даты из календаря текущего года. Это – для обогащения и конкретизации тематики «Библионочи». В 2016 году Библионочь во многих регионах страны пройдёт под девизом: «Читай кино!»

2. Написать программу (план) акции! Хорошо её напечатать достаточным тиражом. Чёткое определение времени акции и соблюдение программы (регламента) – залог успеха.

3. Найти правильных друзей и партнёров. При подготовке программы возникает вопрос об осуществлении креативных замыслов, а значит вопрос о приглашённых специалистах и партнёрстве. Друзья: писатели, поэты, почётные и любимые читатели, известные люди города, района, села, представители администрации и депутаты.

Партнёры: представители администрации, музеи, художественные студии, творческие коллективы клубов, сельских КДЦ, домов культуры и т.д.

4. Продумать рекламу. Необходимо дать информацию в местные СМИ, разместить баннер или афиши, анонсы на территории, прилегающей к библиотеке, на информационных стендах библиотеки и партнёрских организаций, в школах и других учебных заведениях, рассказать об акции на сайте и страницах в соцсетях. Подготовить и разместить рекламные листовки на абонементах и в читальных залах, разослать пригласительные билеты для почётных читателей, использовать устные приглашения.

5. Продумать финансирование. Обязательным условием является поиск спонсоров для проведения мероприятий. Спонсорами могут выступать: коммерческие организации, частные предприниматели, банки, издательства, книжные магазины, магазины канцтоваров и игрушек и разные другие предприятия, которые в рамках акции организуют рекламу своих услуг и продукции среди населения (книжные выставки, дегустации продукции кондитерских фирм, мастер-классы по современным техникам рукоделия, фотографии, искусству рисунка, визажа и т.п.).

6. Использовать волонтёров, которые могут взять на себя часть функций (реклама предстоящего мероприятия, навигация по территории акции, поддержание порядка, помощь в подготовке и проведении отдельных мероприятий, музыкальных или театральных номеров, мастер-классов и т.п.).

7. Свободное посещение библиотеки – главный принцип акции. Акция ориентирована на продвижение чтения, книг, текстов и всего, что связано с литературой, а значит, доступ на все мероприятия должен быть свободен для всех, независимо от того, является ли гость акции читателем библиотеки или нет. Но стать читателем у него всегда есть шанс, а во время «Библионочи» должна появиться и потребность, а, следовательно, служба регистрации (записи) читателей должна функционировать во время всей акции.

8. Не забыть также: про навигацию по библиотеке (наглядную, устную и всякую иную); дополнительные вешалки в гардеробе, доступные «удобства»; может, даже и медицинский пост. Обеспечить безопасность на всех этапах проведения.

**Проверено практикой.**

Делиться опытом необходимо и приятно, конкуренции на интеллектуальном поле быть не должно, поэтому повторение удачного опыта коллег – это желание его развить и продолжить.

Авторы статьи предлагают краткие описания мероприятий Свердловской области последних лет.

«Библионочь» с героями Н.В. Гоголя «Улыбка и смех – это для всех» (ЦБ Гаринского ГО). Встречали гостей герои произведений писателя. Они устроили «Сорочинскую ярмарку», где зрители отвечали на вопросы по теме произведения, потом играли в «Весёлые старты Солохи»: метали дротик, бегали в мешках, поедали на скорость пампушки. Другие гости искали спрятанные вещи героев произведений Н.В. Гоголя. За правильные ответы участники получали деньги под названием «гоголи», которые в конце мероприятия можно было обменять на призы. Украшением вечера стал просмотр художественного фильма «Ночь перед Рождеством». В заключение и зрители собрались в гостях у Солохи, попивая чай с пампушками.

Автор статьи предлагает краткое описание нескольких мероприятий Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В.Г. Белинского, которые не составит труда повторить, но которые мы не встречали пока у коллег.

«Библиомолл» В 2014 г., например, в Екатеринбурге «Библионочь» совпала с «Ночью распродаж» в одном из самых крупных торгово-развлекательных центров города. Мы решили стать конкурентами и открыли на один день импровизированный «Библиомолл» – неторгово-досуговый литературно-просветительский мегаполис.

Работали читальные салоны, бутики, зоны отдыха. Все это подавалось под привычным нынешнему потребителю культуры рекламным соусом: «Широкий выбор источников знаний, дегустация свежей литературы, прямые поставки гранита науки, стимуляторы для чтения в ассортименте. Каждому посетителю – читка!»

В нашем «Библиомолле» гостей ждали фотосалон с библиотечным реквизитом, бразильское кафе, фотокросс, мастер-классы по изготовлению расписных подсвечников для чтения по ночам. Организовали дегустацию свежей литературы – народную экспертизу современной российской прозы.

Таким образом, интерактивные формы, квесты, конкурсы должны непременно присутствовать в программе.

Потому что вовлечённость посетителя в действие, создание атмосферы праздника – залог успеха.

**Арт-акция «С видом на город».** Свердловская область в 2014 г. отмечала 80-летие. К этой дате была приурочена арт-акция «С видом на город». Мы предложили присылать открытки, в том числе и авторские самодельные, с поздравлениями и объяснениями в любви одному из городов нашей области. Открытки присылали из разных уголков не только нашего региона, но и со всей страны, даже из-за границы. И как раз в «Библионочь» мы устроили большую выставку этих открыток.

**«Дегустация свежей литературы»**. Из новых библиотечных поступлений наугад была выбрана 21 книга современной русской прозы последних лет. В подборку попали как признанные, известные писатели – лауреаты и финалисты литературных премий, так и малоизвестные авторы. Каждый пробник содержал один-два абзаца с 17-й страницы (с библиотечным штампом). Желающим было предложено поучаствовать в экспресс-тесте, поставив в опросном листе «+» или «–», сказать, что «эту книгу я бы с удовольствием прочитал», а эту – «ни за что на свете».

Проверка показала довольно неожиданные результаты. Очень многие именитые авторы ушли в минус. Особо сильно разочаровали публику Сергей Солоух с «Естественными науками», не зря, видимо, считающийся элитарным писателем, Антон Соя с «Эмобоем», Илья Бояшов («Танкист, или Белый тигр»), Юрий Буйда («Третье сердце»), Олег Зайончковский («Счастье возможно»). Не прошёл народную экспертизу и, казалось бы, хит Александра Терехова – роман «Каменный мост». Боевой ничьей с равным количеством голосов «за» и «против» отмечены «Мечеть Парижской Богоматери» Елены Чудиновой, «Острое чувство субботы» Игоря Сахновского, «9 дней» Павла Сутина.

Более благосклонно строгие читатели отнеслись к сочинениям Виктора Ерофеева («Акимуды»), Алексея Колышевского («Секта»), Анатолия Курчаткина («Радость смерти»).

А тройка лидеров «Дегустации свежей литературы» выглядела так: Михаил Шишкин с «Записками Ларионова», Роман Сенчин («Абсолютное соло») и Елена Соловьёва с книгой «Перед тем, как исчезнуть».

**«Уха из золотой рыбки»**. Большой зрительский интерес показала инсталляция «Уха из золотой рыбки» (по названию одного из детективов Дарьи Донцовой). «Спец-меню от шеф-библиотекаря» являлось чем-то вроде визуального размышления об усвояемости духовной пищи, о предрекаемой гибели бумажной книги и искусстве как таковом в обществе потребления. Длинный стол был сервирован тарелками с книгами, имеющими вкусные заголовки (но художественными, а не кулинарными), и украшен зеленью, фруктами, сладостями и прочей едой. Некоторые книги декорировались буквально. Что считать основным блюдом, а что гарниром – каждый решал сам.

ИТОГО. Общероссийская акция «Библионочь» способна оказать значительное влияние на реальное продвижение и пропаганду книги, чтения, библиотеки в каждом регионе. Если она будет развиваться, а не повторять каждый год одно и то же, то может стать столь же популярной, как и «Ночь музеев», завоевать аналогичный индекс.

**Тренинг познавательного интереса.**

Эсманов Д. Тренинг познавательного интереса / Д. Эсманов // Современная библиотека.- 2015.- № 6.- С. 82-86.

Режим доступа: // <http://sb.litera-ml.ru/articles/32/167>

У библиотеки есть давно выработанные и хорошо себя зарекомендовавшие методы продвижения книги. С недавнего времени библиотеки стали активно использовать методики и техники такой отрасли, как социология. Они проводят исследования, тестирования, анкетирования, опросы, строят графики, прогнозирование и т.д. Пожалуй, на сегодняшний момент эта наука полноценно и, главное, плавно вошла в жизнь библиотек, увеличив продуктивность их работы. Ближайшая сестра социологии – психология – тоже не желает отставать от своей близкой родственницы. Некоторые из психологических форм и методов будут весьма полезны для привлечения читателей в стены библиотеки, именно читателей, а не пользователей. Потому что читателей становится всё меньше и меньше, а большую часть составляют пользователи библиотечными услугами, на самом деле мало читающие литературу или не читающие вовсе.

Метод, о котором автор пишет, был апробирован (и не раз) на подростковой аудитории, более того, автор статьи проводила мастер-классы по данному тренингу и поэтому за его надёжность и полезность ручается. Кроме того, методика была специально разработана для работников библиотеки.

Ввиду того, что дети и подростки в последнее время стали меньше читать, а их интересы лежат далеко за пределами книжной культуры, тренинг призван повысить статус книги в их глазах и помочь им осознать её роль как помощника в сложных жизненных ситуациях. Занятие представлено с применением методов воображения и сказкотерапии, а также метода создания фантастических форм.

Тренинг – это некое действо, в котором принимает участие определённое количество человек, объединённых одной целью; проходящее в несколько стадий и тренирующее определённые элементы нашей психики. В тренинг входит в среднем 9-13 упражнений. Все они преследуют ту или иную психотерапевтическую задачу и подчиняются определённой логике построения.

Назвать мероприятие можно, например: «Книга – мой друг», «По страницам волшебства», «В мире сказки», «В сказочной лавке» и т.п., или придумать своё название, подходящее по теме. Автор в статье описывает механизм проведения и правила игры, которых нужно придерживаться для сохранения продуктивности любого тренингового занятия.

**Десять правил тренига.**

**Правило первое**. Чаще всего участников тренинга называют термином «респонденты». Данный термин пришёл к нам из социологии и социальной психологии, он обозначает всех участников исследований, практикумов, участников опроса, тренинговых занятий и т.д.

**Правило второе.** Перед началом любого тренинга необходимо поставить стулья в форме круга, обеспечив каждому достаточно места. Никаких столов, громоздких тумб и иных посторонних предметов не должно быть. Старайтесь, чтобы в получившемся круге не было слишком много стульев в отдалении друг от друга. Все стулья должны быть заняты. Как в любой спортивной игре нужно сначала подготовить площадку, а уже потом пинать по мячу или, скажем, надевать лыжи.

Всё это делается для того, чтобы «включить» всех участников в тренинговый процесс, чтобы каждый непосредственно находился в зрительном контакте с другими респондентами. Так же нужно избегать большого свободного пространства. Не проводить тренинг в слишком обширных полупустых помещениях. Исключением могут быть только те случаи, когда пространство необходимо для передвижения респондентов, например, в тренингах на сплочение и при активных формах работы. Ведущий должен находиться либо в центре круга, либо занимать одно из посадочных мест так, чтобы его было хорошо видно всем участникам.

**Правило третье.** Во время проведения тренинга не покидать надолго группу. Долгое отсутствие ведущего серьёзно скажется на продуктивности. Если возникает подобная острая необходимость, то можно покинуть участников в тех случаях, когда требуется время на проработку упражнения респондентами, происходит групповая работа или подготовка к демонстрационному показу упражнения, например, в стадиях ролевой игры.

**Правило четвёртое.** В конце почти каждого упражнения абсолютно в любом тренинге проводится рефлексия. Рефлексия – это обратная связь. Она позволяет отслеживать эмоциональное состояние участников группы и помогает выявить их удовлетворённость и включённость в психологический процесс. Так же рефлексия позволяет проработать то или иное упражнение до конца, сделать ключевые выводы.

Ведущий тренинга задаёт участникам вопросы, которые приводятся в конце почти каждого упражнения. Желательно, чтобы все респонденты рассказали о своих ощущениях на каждом этапе тренинга. Ко всем упражнениям подобраны свои типовые вопросы. С помощью рефлексии также определяется уровень продуктивности тренингового занятия, поэтому обратите внимание на то, есть ли массовое отмалчивание участников. Наличие этого фактора может свидетельствовать о сниженной включённости участников в рабочий процесс.

**Правило пятое.** Помнить о времени. Как и любая спортивная игра, тренинг не может продолжаться вечно, но и не проходит за 10 минут. Любой тренинг длится минимум 30 минут и более. Самые большие тренинговые занятия могут и вовсе достигать трёхчасовой отметки и даже больше. Поэтому нужно стараться не вычленять слишком много упражнений из тренинга для экономии времени, ведь это чревато провалом в достижении поставленной цели, так как во многом не будет оказано достаточное психологическое воздействие на группу.

**Правило шестое.** Не превышать допустимое число участников. Как и в спортивной игре, где каждая команда имеет строгое количество человек, не больше и не меньше, так и тренинг имеет подобный регламент. Группа формируется примерно из 10–20 человек, то есть не следует проводить занятие с тремя учениками, но и не желательно соединять две большие группы. Поскольку во время тренинга необходимо удерживать внимание всех участников группы на ведущем и иметь обратную связь, то в группе с большим числом респондентов это будет делать затруднительно. При превышении допустимого числа участников значительно сложнее будет следить за дисциплиной, тем более, когда это касается подростков в возрасте 12–13 лет.

**Правило седьмое.** Если вы проводите тренинг, где есть как седативные (на местах), так и активные (двигательные) упражнения, необходимо их правильно чередовать, сменяя друг другом. Это делается для того, чтобы уравновешивать эмоциональное состояние участников, не давая им как «засидеться» на местах, так и «перевозбудиться».

**Правило восьмое.** Не останавливать участника тренинга во время его эмоционального раскрытия. Останавливать следует только в том случае, если он значительно удалился в своих действиях от выполнения упражнения, возможно забыв о первоначальной задаче, поставленной ведущим, и стал выполнять его некорректно. Но не стоит в этом случае резко его прерывать. Достаточно с помощью наводящего вопроса или же фразы «подтолкнуть» участника к верному выполнению задания либо, сказав «спасибо», дать слово следующему. В таком случае между тренером и респондентом не будет нарушена эмоциональная связь.

**Правило девятое.** Не обрывать тренинг и не прерывать его на половине пути. Как и любое другое дело, тренинг требует закольцовки. (Ведь никому не понравится, купив билет на поезд в определённый город, оказаться совершенно в неопределённом месте.) В завершение всегда необходимо подвести итоги с помощью рефлексии, задав наводящие вопросы, которые указаны в разделе выводов после каждого тренинга.

**Правило десятое**. Следить за реакцией и поведением участников во время каждого упражнения и анализировать получаемую вами информацию.

**Упражнения тренига.**

В данном случае возрастная группа для тренинга формируется из детей в возрасте 10–17 лет. Диапазон довольно-таки широкий, поэтому все проблемы с подбором участников сводятся к минимуму, так как есть возможность объединить респондентов всех вместе, несмотря на то, что их возраст очень разный.

Целью этого тренинга является формирование познавательного интереса к литературе. Из этого вытекает вполне понятная и реализуемая задача: формирование мотивации к получению новых знаний через книгу.

Теперь, когда методика проведения ясна, можно приступать к самому тренингу. **Упражнение «В мире сказки».** Участники по очереди называют своё имя и литературного персонажа, с которым, как им кажется, у них есть сходство (внешнее, по характеру, по поступкам). Это упражнение развивает интерес у респондентов к неизвестному им персонажу из незнакомой книги, а вместе с тем помогает эмоционально расслабиться.

Следует обратить внимание на то, насколько называемый персонаж соответствует возрасту участника. Другими словами, в старшем школьном возрасте не должен называться в качестве персонажа герой детской сказки. Подобный ответ будет указывать на то, что литературные познания у данного индивида находятся на начальном уровне, и имеют место признаки литературной инфантильности.

**Упражнение «А что, если…».** Участникам предлагается поразмышлять над фантастической небылицей, согласно которой люди не умеют читать. Респонденты должны ответить, что было бы, если бы этого привычного для нас умения не существовало, чем бы люди занимались, смогли бы они обойтись без чтения или нет.

Вопросы для рефлексии: Хорошо было бы, если бы люди не умели читать? Какие трудности при этом они испытывали бы? Что пришло бы на замену чтению? С помощью рефлексии мы узнаём о степени значимости чтения для участника тренинга. Важно отследить, какие ощущения испытывает респондент от одной только мысли, что он не умеет читать. Если участник отвечает, что чтение для него легко заменяемо и трудностей в связи с этим он бы не испытывал, то с лёгкостью можно судить о том, что книга, скорее всего, не является для него значимым явлением в жизни.

**Упражнение «5 причин».** Участникам по очереди предлагается назвать пять причин, для чего нужна книга. Данное упражнение развивает фантазию, позволяет нестандартно мыслить, помогает узнать мотивы чтения. Также данное упражнение относится к классу вводных, способствующих плавному включению участников в тренинговый процесс.

**Упражнение «Волшебные страницы».** Участникам предлагается представить волшебную книгу, исполняющую только одно желание. Нужно описать эту книгу (как она выглядит, какое в ней количество страниц, где её нашли, что хотели бы от неё получить и почему).

Вопросы для рефлексии: Что вы думаете о желаниях ваших одноклассников? Какой совет хотели бы им дать?

Обратите внимание на то, насколько живописным получился словесный «портрет» книги, какие художественные приёмы, прилагательные были использованы для её описания. Степень яркости изложения будет говорить о значимости книги в жизни респондента.

Также следует внимательно следить за тем, исполнения какого желания участник хотел бы попросить у книги. Оно будет характеризовать мотивы чтения респондента. Если это желание духовное, связанное, к примеру, с путешествиями, то мотивы чтения носят познавательный характер и в целом продуктивны. Если же желание материальное, такое, например, как: «Хочу много денег», то, скорее всего, интерес к книге у респондента невысокий, является ситуативным и ограничивается лишь поиском прикладной информации.

**Упражнение «Придумай сам».** Участникам предлагается придумать историю, в которой главный герой – мальчик – умеет разговаривать с книгой как с одушевлённым предметом. Каждый из респондентов по очереди говорит слово или фразу, насыщая историю разными событиями, чтобы получился связный рассказ. При желании можно добавлять других героев. Данная методика является одним из направлений «сказкотерапии».

Вопросы для рефлексии: Понравилась ли история? С чем вы согласны, а с чем нет? Есть ли другие варианты истории? Важно проанализировать придуманную историю, проследить, какую роль респонденты отводят книге, как с ней взаимодействует герой-мальчик. Если книга будет редко появляться в истории и уходить на второй план, то, соответственно, она не является важной составляющей жизни участников. Следует также обратить внимание на то, как книга была описана респондентами: имеет ли место внешнее описание, красочно ли она изображена? Чем красочнее, тем более значима она для участников.

**Упражнение «Погода за окном».** Участникам предлагается представить себе такую ситуацию: они сидят в комнате с распахнутым окном, а на коленях у них лежит книга. Нужно описать, что именно это за книга (её название, внешний вид, количество страниц) и какая погода за окном.

Вопросы для рефлексии: Почему именно эта книга? Почему именно такая погода? Важно обратить внимание на следующие моменты. Неслучайно обязательным условием тренинга является открытое окно. Оно символизирует открытость к социальным контактам. Если респондент захочет закрыть окно, следовательно, он подсознательно закрывается от окружающей его действительности. По тому, какую погоду за окном представил себе участник, можно судить о его эмоциональном состоянии на момент тренинга. Например, если респондент описывает пасмурную погоду с тучами или тёмное время суток, то, вероятно, он находится в депрессивном, подавленном состоянии. Ненастная погода с дождём и молниями будет указывать на встревоженное состояние, а может, даже на агрессивное поведение.

Важно также оценить ту книгу, которая в рассказе участника находится у него на коленях. Она будет характеризовать мотивы его чтения. Если, например, респондент представляет большой глянцевый журнал, то, скорее всего, мотивы его чтения носят сугубо справочный характер.

**Упражнение «Книжный мастер».** Каждый из участников представляет себя писателем, автором романа, повести, рассказа и пр. Далее необходимо рассказать, о чём его произведение, сколько в нём страниц, как оно называется, а также прорекламировать написанное.

Вопросы для рефлексии: Есть ли существующий аналог вымышленной книги? Заинтересовало ли это произведение других? Данное упражнение помогает оценить мотивы чтения. Например, респондент ответил, что он написал рассказ о трудностях в подростковом возрасте. Исходя из этого, можно понять, что мотивом, побуждающим его к чтению, является стремление найти решение подросткового кризиса. Согласно рефлексии, с помощью которой мы узнаём о существующих аналогах вымышленной книги, мы можем, в соответствии с выявленным мотивом, посоветовать литературу для разрешения проблемной ситуации. Подобного рода литературу также может посоветовать другой участник тренинга.

**Упражнение «Книжный фрукт».** Ассоциативное упражнение, где участникам предлагается назвать любой литературный жанр и сравнить его с тем или иным овощем или фруктом, при этом им необходимо дать качественные характеристики. Жанры могут повторяться.

Вопрос для рефлексии: Почему вы выбрали именно этот овощ или фрукт?

Обратите внимание, что тот или иной названный овощ или фрукт может иметь двоякий смысл: если в одном случае он выступает как негативный, то в другом случае его свойства могут позиционироваться и как положительные. Так, негативное высказывание одного участника о том или ином литературном жанре может заинтересовать соседа по тренингу и, вызвав тем самым обратный эффект, установить устойчивый интерес к обсуждаемому жанру.

По тому, какими эмоциональными высказываниями апеллируют участники при описании жанров, можно судить об их литературных предпочтениях и о мотивах чтения. Так же можно оценить литературные познания респондентов и степень их читательской активности исходя из того, знакомы ли им те или иные литературные жанры или же они зачитываются лишь детективами и фантастикой.

**Упражнение «Портрет умника».** В нём каждому из участников предлагается описать человека, который много читает. Необходимо рассказать: как он выглядит, где работает или же учится, сколько ему лет, какой у него характер. Можно сделать упражнение проективным, то есть предложить нарисовать портрет умника на бумаге, а затем о нём рассказать.

Вопрос для рефлексии: С чем вы согласны, а с чем нет?

Обратите внимание на то, какой получился портрет, типичен ли он в своём представлении, негативен или нет? Если участники описывают умника как человека в очках, сгорбленного, в свитере, то есть приводят типичный портрет так называемого ботаника, то, скорее всего, у них негативное отношение к чтению. Если описание персонажа не несёт негативной окраски, а имеет комичный характер, с примесью эмоциональной теплоты, то, вероятно, отношение к чтению является положительным, но мотивы – чаще развлекательные. Если же персонаж имеет нетипичные положительные черты, такие как высокий рост, умный взгляд и пр., значит, респондент позитивно относится к чтению и любит читать литературу разных жанров.

Тренинг подошёл к концу. Как с корабля сходят вместе с багажом, так и участники что-то для себя должны вынести после всего произошедшего, а мы, в свою очередь, должны будем оценить, насколько этот багаж оказался объёмен, насколько тренинг был продуктивен и оказал психологическое влияние на того или иного респондента и группы в целом.

Вполне допустимо, чтобы участники высказывались самостоятельно, то есть рассказывали обо всех своих ощущениях в ходе работы, но также при необходимости можно использовать те же наводящие вопросы. Например, Понравилось ли занятие? Что полезного узнали? Было ли интересно? Не испытывали ли вы стеснение? Пересмотрели ли своё отношение к литературе? Что нового захотелось прочитать? Что понравилось в предпочтениях других участников?

**Книга рекордов библиотек.**

В 2014 г., в Год культуры и Олимпийских игр, журнал «Современная библиотека» собирал заявки для «Книги рекордов библиотек России» в трёх категориях: «Самое», «Первое» и «Единственное», где библиотеки смогли продемонстрировать сочетание профессионализма, инноваций и творчества. Вот всего лишь малая часть из большого количества рекордов.

**САМЫЙ** первый промо-ролик про библиотеку, снятый в технике stop-motion. Библиотека Колледжа индустрии гостеприимства и менеджмента № 23 г. Москвы решила показать, что делают книги, когда мы спим. Сюжет «Живая библиотека» можно посмотреть здесь: <http://youtu.be/ycp5Wn3RguE>.

**САМЫЙ** комплексный «Читающий троллейбус» курсировал в Челябинске в 2007 г., где наружная реклама чтения (внешний вид троллейбуса – ярко-красный с символикой Года чтения и призывом «Открывайте новые миры – читайте») была поддержана внутренним содержанием. В салоне расклеивали плакаты и памятки о пользе чтения с указанием координат библиотек, афиши массовых мероприятий Года чтения и т.д. Информация, которую обновляли каждые две недели, подавалась несколькими циклами: «Право на чтение хорошей литературы», «А вы читали?», «Современная литература для детей и их родителей», «Стихи в подарок», «Литературные премии», «Край родной, земля Уральская». За полгода работы проекта было подготовлено более 80 информационных листов о литературных премиях, авторах, книгах; более 100 «Стихов в подарок».

Маршрут № 8 был выбран неслучайно. Он самый протяжённый, а по пути следования – четыре крупные библиотеки города. **ПЕРВЫЙ** в России «Библиоавтоквест» прошёл в Канске в рамках «Библионочи-2013». Участниками стали сборные молодёжные команды в возрасте от 18 до 35 лет.

На старт вышли шесть команд, у каждой был свой индивидуальный маршрут с интересными заданиями, которые они получали в библиотеках, расположенных в разных районах города. Где-то нужно было на вкус и запах определить лекарственные растения, где-то пришлось потрудиться над поиском предметов быта старины. В маршруты попали объекты, имеющие литературные названия (торговый центр «Порт-Артур», центр красоты «Алые паруса», кафе «Тысяча и одна ночь» и т.д.). Благодаря информационному партнёру за ходом гонки можно было следить в прямом эфире «Авторадио». В итоге все участники справились с предложенными заданиями и пожелали, чтобы такая игра стала традицией.

**ПЕРВАЯ** библиотечная система, выразившая инициативу объявить в своём городе Год детского чтения, – это Архангельская ЦБС. Открытие Года превратилось в огромный праздник «Сказки Вишневой улицы». Весь год для жителей проходили книжные праздники, фестивали, встречи с детскими писателями, акции и конкурсы, посвящённые чтению. В библиотеках Архангельска появилось более 2000 новых юных читателей.

**ЕДИНСТВЕННАЯ** сельская библиотека, которая за год выиграла три гранта – это Малиновоозёрская детская библиотека Алтайского края, которой заведует Светлана Киндеркнехт. Библиотека получила гранты: губернатора Алтайского края в сфере культуры; в сфере молодёжной политики; Открытого благотворительного конкурса на финансирование социокультурных проектов библиотек (Фонд Михаила Прохорова).

Коротко о грантах. Целью проекта «Три звёздных имени в истории нашего посёлка» была популяризация культуры Алтайского края, в частности творчества уроженки посёлка Малиновое Озеро, народной артистки России Нины Усатовой, а также художника-любителя Ивана Отставнова и писателя Николая Меркурьева.

В рамках проекта «Это не должно повториться» был снят фильм-воспоминание о жителях посёлка, бывших узниках концлагерей, организована выставка из личных архивов.

Благодаря проекту «История посёлка в лицах и судьбах» была выпущена брошюра «История посёлка в лицах и судьбах», создан видеоархив «История посёлка в рассказах его жителей» и оформлена фотовыставка «Как это было». Брошюру издали в типографии в количестве 23 штук, 20 из них были переданы безвозмездно в школы посёлка, поселковую и районную библиотеки, в архив предприятий посёлка, районный архив, районную и поселковую администрации.

**ЕДИНСТВЕННАЯ** в Ульяновской области библиотечная династия в 11 человек с общим стажем 188 лет. **ЕДИНСТВЕННЫЙ** в России экологический библиотечный фотопроект «365 дней: наш экологический дневник», действовавший каждый день в течение 2013 г., находится на сайте библиотек Канавинского района Нижнего Новгорода (<http://book-hall.ru/proekt-goda/365-dnei-nash-ekologicheskii-dnevnik-god-2013>).

Принять участие в нём мог любой желающий, для этого надо было прислать фотографии, видеоролики, рассказы, стихи, рисунки, статьи по теме какого-либо дня в календаре. Таким образом, создавалась экологическая фотолетопись природы Нижегородской области, а также других городов России и мира. Итогом стал уникальный онлайн-альбом, раскрывающий красоту окружающего мира и призывающий сохранить её для наших потомков.

**Подробнее смотрите**

**Книга рекордов библиотек // Современная библиотека.- 2015.- № 6.- С.18-26.**

Режим доступа: // <http://sb.litera-ml.ru/articles/32/165>