

**Муниципальное бюджетное учреждение  
«Межпоселенческая центральная районная библиотека»  
Кемского муниципального района**

*Отдел обслуживания центральной районной библиотеки*



*Методические рекомендации  
по проведению социально-культурной акции «Библионочь»*

**Кемь, 2014 г.**

## *От составителя*

Акция «Библионочь» - это ежегодное масштабное событие в поддержку чтения. В эту ночь библиотеки, музеи, галереи, книжные магазины, арт-пространства и клубы по всей стране открывают свои двери для посетителей сверх обычного времени работы.

Акция «Библионочь» была придумана заинтересованными гражданами в июне 2011 года в одноимённой группе в социальной сети Facebook (<http://www.facebook.com/groups/biblionoch>). Инициатор акции – Илья Николаев, продюсер сетевых проектов Ассоциации менеджеров культуры (АМК). Организационная группа – консорциум «Библионочь», в состав которого входят Ассоциация менеджеров культуры (АМК), Центральная универсальная научная библиотека им. Н.А. Некрасова, Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева, Российская Государственная детская библиотека, Государственный Литературный музей, Музей-усадьба «Ясная Поляна», Фонд «Пушкинская библиотека», дизайн-завод «Флакон», Творческая группа «Массолит» (Нижний Новгород), компании «АВВУУ» (генеральный спонсор проекта), «Библио-Глобус» (беспрецедентная акция «Ночь скидок»), «Фаланстер», компания «МУЗЕЙПРОМ», Центр современного искусства «ВИНЗАВОД».

Впервые в масштабах Российской Федерации социокультурная акция «Библионочь» была проведена в 2012 году, в которой приняли участие около 750 библиотек. Акция объединила различные учреждения, связанные с книгами и литературой, в целях поддержки чтения, развития библиотечного, музейного и книжного дела, а также организации новых форматов проведения свободного времени библиотечными пользователями всех возрастов.

Данная акция является для многих библиотек инновационной формой работы, поэтому вызывает много вопросов и сложностей в ее реализации.

Целью данных рекомендаций является оказание методической помощи библиотекарям МБУ Кемская МЦРБ в подготовке и проведении культурной акции.

В методических рекомендациях в доступной форме раскрыты основные этапы планирования, подготовки, реализации и подведения итогов акции «Библионочь». Используются наглядные примеры рекламы, оформления акции.

Овладение предлагаемой методикой может стать основой для проведения подобных мероприятий в будущем, также будет способствовать повышению мотивации библиотекарей и пользователей к участию в акции.

Акция проводится ежегодно в ночь с пятницы на субботу третьей полной недели апреля.

*Основная цель акции - поддержка чтения как образа жизни и развитие литературного процесса, объединяющего всю Россию. Также акция позволяет инициировать проекты, направленные на повышение градуса творческой конкуренции на территории и в сообществе.*

**Задачи акции:**

- *поддержат высокий общественный статус книги, приобщить разновозрастные группы к чтению путём привлечения в библиотеку широкого круга пользователей;*
- *повысить имидж библиотеки в местном сообществе, сформировать представление о современной библиотеке как открытой среде для интересного чтения, неформального общения и познавательного досуга;*
- *развивать творческие способности пользователей, привлекая их к участию в конкурсах, литературных викторинах, расширяя читательский кругозор, воспитывая интерес к книге и библиотеке как центру получения информации;*
- *организовать полезный досуг пользователей в библиотеке;*
- *укрепить уже имеющиеся партнерские отношения, а также установить новые между библиотекой и иными учреждениями.*

**Подготовка «Библионочи».**

Подготовительная работа по организации социально-культурной акции «Библионочь» проводится в несколько этапов.

### **1 этап «ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ» – с января по март**

1) Разработка проекта программы «Библионочи» (подбор тем, определение читательского и целевого назначения, изучение материалов по теме, подбор необходимых документов, оформление проекта программы и т.д.).

2) Определение круга заинтересованных лиц и переговоры с ними, формирование совета по проведению акции, разработка структуры мероприятий и написание сценариев, подготовка участников мероприятий и т.д.

3) Рекламная кампания (информирование о плане проведения акции в стенах библиотеки, на сайте библиотеки, в СМИ, в городе).

### **2 этап «ПРОВЕДЕНИЕ АКЦИИ» – апрель**

### **3 этап «ИТОГИ АКЦИИ» – апрель**

Подведение итогов акции (изучение эффективности, анализ акции, выявление достоинств и недостатков, размещение информации в СМИ об итогах проведения акции и т.д.). Размещение информационный фотоотчёта о проведении акции на сайте МБУ Кемская МЦРБ.

На **первом этапе** предстоит проделать большую подготовительную работу.

В первую очередь необходимо определиться с тематической составляющей «Библионочи». Акция пройдет намного интереснее, если мероприятия будут иметь общую основу. Например: общей для всех мероприятий в рамках акции в 2014 году стала тема «Перевод времени». Она может быть реализована как путешествие во времени: ретровечер, путешествие на машине времени, скачок в будущее; возможно обращение к образу переключки времён, эпох, культур - XIX и XX века, современности и истории, русской культуры и европейской. Основой для акции может стать и тематика года.

От выбора темы будет во многом зависеть:

- *читательская аудитория, для которой будет проводиться акция;*
- *заинтересованные лица (партнеры), которых вы пригласите к участию в акции;*
- *рекламное оформление акции и оформление библиотеки в целом.*

Необходимо разработать сценарий проведения акции в библиотеке, не забывая, что в ней должны принять участие все сотрудники.

Для того, чтобы акция была более востребованной среди читателей библиотеки, а также имело праздничную составляющую, к мероприятию можно приурочить торжественное подведение итогов различных творческих конкурсов, интеллектуальных викторин, проходивших в библиотеке в первом квартале года.

Наличие письменной сценария, плана проведения акции является положительным моментом, ведь чем продуманнее будет программа, тем успешнее пройдет «Библионочь».

Важным вопросом в организации широкомасштабной акции является определение круга заинтересованных лиц и переговоры с ними.

В качестве партнёров могут выступать как представители администрации района, так и коммерческие организации, частные предприниматели, которые в рамках акции могут организовать рекламу своих услуг и продукции среди населения (так, широкое распространение получили книжные выставки, различные мастер-классы и т.п.). К проведению акции можно привлечь творческие коллективы клубов, сельских Домов культуры в качестве участников театрализованных номеров, литературно-музыкальных постановок.

Кроме этого, возможно взаимодействие библиотек с органами социальной защиты с целью обеспечить участие в акции лиц с ограниченными возможностями, с советами ветеранов и пенсионеров, местными литературно-творческими объединениями, которые помогут в организации встреч с интересными людьми, творческой интеллигенцией (местные поэты и прозаики, художники, народные мастера), почётными жителями села (района, города).

Библиотека может также прибегнуть и к помощи своих читателей, которые могут взять на себя часть функций (реклама предстоящего мероприятия, помощь в

подготовке отдельных музыкальных или театральных номеров, организация мастер-классов и т.п.).

Важную роль в успехе социально-культурной акции «Библионочь» играет также хорошо организованная рекламная компания. Очень важно, чтобы о проведении в библиотеке данной акции узнало как можно больше читателей и

«нечитателей». А помочь в этом могут рекламные издания библиотеки.



**Афиша** - рекламное листовое издание, оповещающее о каком-либо культурном мероприятии и предназначенное для расклейки.

Красочно оформленная афиша, содержащая информацию о дате, времени, месте

проведения мероприятия, дающая его анонс (краткую информацию о

содержании).

**Буклет** - издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым способом в два или более сгибов (буклет о библиотеке, о «Библионочи»), о конкретном мероприятии в рамках акции. Буклеты можно раздать вновь записавшимся пользователям библиотеки, участникам массовых мероприятий, «круглых столов», конференций.

**Книжная закладка** - листовое издание удлиненного формата, служащее для того, чтобы отметить нужную страницу в издании, напечатанное на плотной бумаге и содержащее разнообразные изображения и рекламные сведения (в библиотеке используется книжная



используется книжная

закладка, на которой размещается информация о библиотеке, книгах, писателях, литературных произведениях, о мероприятиях и т. д.).

**Коллаж** - изображение, создаваемое путем наклеивания на основу материалов, отличающихся от неё цветом и фактурой (как самостоятельный рекламный объект во время проведения мероприятий).

**Листовка** - издание в виде одного или нескольких листов печатного материала любого формата без скрепления объемом от 1 до 4 страниц. Может иметь рекламный, информационный или пропагандистский характер.

**Плакат** - листовое издание в виде одного или нескольких листов печатного материала установленного формата, отпечатанного с одной стороны или обеих сторон листа, предназначенное для экспонирования. В библиотеке плакат используется для рекламы библиотеки, чтения, определённых изданий. Цель плаката - привлечь внимание читателя, остановить взгляд, поэтому он должен быть ярко, красочно оформлен, размещён в удобном для просмотра месте (*хорошо освещён, текст должен быть набран крупным шрифтом*). Плакат может рекламировать как саму акцию, так и чтение, книги определённой тематики. Если основная функция афиши - информационная (анонсировать событие), то плакат имеет агитационную функцию, поэтому в его содержании должен присутствовать слоган (девиз), иллюстрацией которого и выступает плакат.



**Приглашение** - является визитной карточкой любого мероприятия. Пригласительные билеты могут быть как именными, так и анонимными, предназначенными для использования любым человеком, получившим его. Дизайн пригласительных билетов делается, как правило, в духе самого мероприятия, отражая его стиль и формат. Пригласительные билеты раздаются в том случае, если организаторы хотят, чтобы данный человек обязательно посетил мероприятие. В отличие от буклетов и листовок, которые носят общий рекламный

характер, приглашение адресное, оно психологически настраивает обязательно посетить мероприятие.

Рекламирывать столь важное событие в библиотеке необходимо начинать за две-три недели до проведения акции, чтобы оповестить как можно большее количество людей. Для этой цели можно использовать информационные плакаты, которые размещаются на входе в библиотеку и на информационных стендах других учреждений (школа, больница, администрация, магазины и т.д.), рекламные листовки и закладки на абонементе и в читальном зале, пригласительные для читателей, устные беседы с читателями.

О предстоящей акции следует также информировать население через СМИ (газеты, радио и телевидение), использовать возможности сети Интернет (сайт библиотеки, группа библиотеки в социальных сетях).



Следующим этапом является проведение самой социально-культурной акции «Библионочь».

Время проведения «Библионочи» каждая библиотека устанавливает самостоятельно. Это могут быть «Библиовечер» или «Библиосумерки», а возможно

это будет и самая настоящая «Библионочь».



Самым распространенным временем проведения акции среди библиотек является с 19:00 до 22:00 часов. Если акция планируется на более позднее время, необходимо информировать



об этом пользователей заранее через афишу, рекламные листовки и др. Необходимо обязательно предупредить население, что согласно действующему законодательству несовершеннолетние лица не имеют права находиться без сопровождения взрослых в общественных местах после 22:00 ч. В связи с этим



библиотеке необходимо продумать программу мероприятия акции так, чтобы она была одинаково интересна как для подростков, так и для их родителей, которые придут на праздник вместе с детьми.

Обязательным элементом мероприятия является

приветственное слово к участникам культурной акции.

Поскольку акция призвана охватить как можно большее число пользователей разных возрастов, программу акции можно планировать как комплексное мероприятие для разновозрастной аудитории, с которого стартует акция, а затем «разбить» его на «секции» для отдельных групп читателей путём проведения презентаций, мастер-классов, игр, викторин и др.

«Библионочь» - это комплексная акция, направленная не только на формирование положительного имиджа библиотеки, повышение её статуса в читательской среде, но и на развитие творческого, инновационного потенциала библиотечной работы, активного привлечения читателей к сотворчеству; она предусматривает организацию встреч с интересными людьми: писателями, художниками,



мастерами и т.д.

Интересной акцию можно сделать, опираясь только на одну форму работы - например, игру. Бытует мнение, что игровые формы организации мероприятий нацелены в основном на детскую аудиторию. Однако это не совсем так. Известно, что информация, поданная в игровой форме, в силу эмоционального воздействия на адресата лучше запоминается. С учётом возрастных особенностей в программу «Библионочи» рекомендуется включить такие формы игровых мероприятий, которые будут интересны юношеству, молодёжи и взрослым: литературную игру, краеведческую игру-путешествие, интеллектуальную игру, фольклорную игру с элементами театрализации, правовую и др. Можно использовать формы телевизионных игр: «Что? Где? Когда?», «Поле чудес», «Умники и умницы», «Кто хочет стать миллионером», «КВН» и т.п.

Важным моментом является организация фото- и видеосъемки. Практика показывает, что зачастую сотрудникам библиотеки очень сложно самостоятельно фотографировать акцию в силу своего участия в ней, поэтому можно прибегнуть к помощи читателей-волонтеров, имеющих большую практику фотосъемки или же воспользоваться услугами частного лица (*может потребоваться оплата съемки*). Есть еще один вариант: можно договориться с представителями СМИ об использовании их фотографий с акции для информационного отчета библиотеки о «Библионочи».

**Заключительный этап** - это подведение итогов акции. Он очень важен для дальнейшей деятельности библиотеки. Главная цель данного этапа - выяснить, насколько эффективно прошла акция.

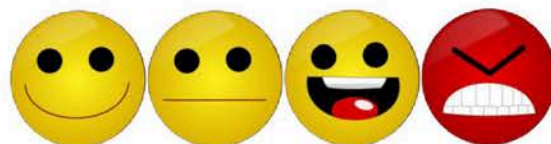
Эффективность может быть представлена в количественном выражении:

- *сколько новых читателей записалось в период акции;*
- *интенсивность посещения библиотеки;*
- *объем книговыдачи за это время.*

Оценивается и качественная сторона мероприятия. В период проведения акции стоит предложить читателям высказать свое мнение о ней, для этого можно

использовать уже имеющуюся в библиотеке тетрадь (альбом) «Отзывов и предложений». Можно использовать и другие формы мониторинга:

- *письма-отзывы (импровизированный почтовый ящик можно разместить в холле библиотеке),*
- *создание «дерева отзывов», где «листочками» являются разноцветные стикеры с пожеланиями в адрес организаторов акции,*
- *голосование за самое яркое мероприятие вечера и т.п.*



На этом этапе обязательно готовится информация о проведении «Библионочи» для СМИ, на сайте библиотеки, наглядные материалы в виде альбома или папки.

И, конечно же, не забудьте поблагодарить своих спонсоров, партнеров, которые участвовали в данном мероприятии. Это можно сделать по средствам СМИ или заранее подготовить благодарственные письма.

### ***В заключение***

Суть акции «Библионочь» состоит в том, чтобы позиционировать библиотеку как информационный и досуговый центр, в который захотелось бы прийти тем, кто здесь никогда не бывает, предпочитая получать информацию с помощью Интернета и телевидения. При этом необходимо продемонстрировать пользователям как можно более широкий спектр информационных ресурсов и услуг, предлагаемых библиотекой, предложить читателям, особенно молодёжи, новые и интересные формы общения, проведения свободного времени в библиотеке, подчеркнуть социальную значимость чтения как основы образования и культурного развития личности.

Успех акции зависит не только от того, насколько серьезно и добросовестно сам библиотекарь отнесётся к её подготовке и организации, но и от умения библиотечных работников наладить эффективное взаимодействие с партнёрскими организациями, волонтерами, активной общественностью. При этом акция не

должна становиться самоцелью, проводиться «для галочки», ведь её главная задача - сделать библиотеку более открытой, современной, изменить традиционное представление о библиотечном обслуживании в сознании пользователей, внедрить в повседневную работу библиотекаря инновационные формы, передовые идеи. Без творческого, неформального подхода к организации акции результаты её проведения не будут эффективными для работы библиотеки.

### ***Полезные ссылки***

***Ознакомиться с опытом проведения акции «Библионочь» в библиотеках России можно, пройдя по следующим ссылкам:***

[http:// www.biblioch.ru](http://www.biblioch.ru) – официальный сайт акции «Библионочь».

<http://www.smibs.ru/meropriyatiya/2012/04/biblioch-2012> – страница с отчётом о «Библионочи-2012» «Самарской муниципальной информационно-библиотечной системы».

<http://biblioteka89.blogspot.ru>: ресурс библиотеки-филиала № 89 г. Москвы «ЦБС № 1 СВАО» «89 библиотечных радостей» содержит информацию о проведении акции, сценарии мероприятий.

<http://arzbiblio.ru> – официальный сайт «ЦБС г. Арзамаса» в разделе «Библионочь» содержит подборку сценариев проведения «Библионочи» в библиотеках-филиалах г. Арзамаса.

<http://www.anivalib.ru> – сайт «Центральной библиотеки им. П.Н. Ромахина» г. Анивы в разделе «Корпоративная страничка» содержит сценарии по проведению комплексных библиотечных мероприятий.

[http://novichokprosto-biblioblog.blogspot.ru/2013/11/blog-post\\_16.html](http://novichokprosto-biblioblog.blogspot.ru/2013/11/blog-post_16.html) – библиоблог, содержащий рекомендации по проведению библиотечных мероприятий и выставок в нетрадиционной форме, методические подсказки, сценарии, инновации и многое другое.

<http://bibliosejshn.blogspot.ru> – библиоблог «Библиосейшн» Кемеровской области, содержащий массу полезных материалов для библиотечных работников.

<http://beeblioteka.blogspot.ru> – ещё один блог «Библиопчёлка», где можно почитать о «Библионочи», ознакомиться с электронными презентациями, оцифрованными изданиями.

# **ЕЖЕГОДНАЯ КУЛЬТУРНАЯ АКЦИЯ «БИБЛИОНОЧЬ»**

*Методические рекомендации  
по проведению социально-культурной акции «Библионочь»*

2014 год

Составитель и компьютерная верстка:  
Л.А. Корчуганова

МБУ «Межпоселенческая центральная районная библиотека»  
Кемского муниципального района

186610, Республика Карелия, г. Кемь, Пролетарский пр., д. 34  
тел.: 2-19-93, 2-15-70,  
e-mail: truth@onego.ru,  
сайт библиотеки: <http://kemlibrary.karelia.ru/>