

**Брестская областная библиотека им. М. Горького**

**Научно-методический отдел**



## **ТРЕТЬЕ МЕСТО**

**Библиотека, в которой хочется быть**

Информационное досье

**Брест, 2021**

Составитель

Е. В. Постыка

Редактор

А. С. Кузьмина

**Третье место.** Библиотека, в которой хочется быть :  
информационное досье / сост. Е. В. Постыка ; ред. А. С. Кузьмина ;  
Брестская областная библиотека им. М. Горького, Научно-  
методический отдел. – Брест, 2021. – 30 с.

© Учреждение культуры  
«Брестская областная библиотека имени М. Горького»

*Если вы не думаете о будущем,  
у вас его и не будет.  
Д. Голсуорси*

Социологические исследования рисуют нам образ библиотеки будущего. В представлении профессионалов от библиотечного дела и просто читателей, а также людей, далёких от книг и чтения, библиотека будущего — это интеллектуальный культурно-досуговый центр широкого профиля, обеспечивающий возможность для творческого развития, самореализации и общения пользователей.

На современном этапе наиболее полно модель библиотеки будущего воплощается в концепции «библиотека — третье место».

Есть определённая классификация мест обитания человека. «Первым местом» принято считать дом и всё, что связано с семейной жизнью. «Вторым» является работа, офис. А помимо этих двух, есть ещё одно — «третье». Это публичное городское пространство, отличное от дома и офиса, в котором есть всё необходимое для того, чтобы заниматься тем, чем хочется.

Основная цель данного издания — ввести вас в тему «библиотека — третье место». На его страницах представлена предыстория вопроса, рекомендации по архитектурному и дизайнерскому воплощению концепции «библиотека — третье место», самый яркий опыт организации «третьего места» в библиотеках, который вы сможете использовать в своей практике.

«Сделать библиотеку БОЛЬШЕ, чем ТОЛЬКО библиотека», — так одной фразой можно выразить суть данного издания.

Уважаемые коллеги! Надеемся, что представленные в издании материалы станут источником ваших новых идей по поиску путей преобразования библиотек в привлекательные для посещения места, где для пользователей будут созданы все условия для творчества и общения.

*«...смешиваться, бродить и общаться...» (...to mingle, meander and mediate...)*



В поисках шанса на сохранение своей популярности библиотековеды обратились за помощью к социологической концепции «третьего места». Ядром её стала теория американского социолога-урбаниста Рея Ольденбурга. В 1989 г. он опубликовал монографию «Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места „тусовок“ как фундамент сообщества».

Вот как в ней он определил «третье место»: «это публичные места, в которых происходят регулярные, неформальные, добровольные, радостно ожидаемые встречи индивидов вне рамок

*Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Рэй Ольденбург; пер. с англ. А. Широкаковой. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с. : ил. – (STUDIA URBANICA).*

дома и работы», противопоставив его жизни по формуле «челночный путь из дома на работу и обратно».

В своей работе Ольденберг выделяет восемь основных универсальных характеристик «третьего места»:

- нейтральная территория, т. е. такая, куда все могут беспрепятственно приходить когда угодно и находиться там сколько угодно времени, в зависимости от их желания, где человек не отягощён ролью хозяина или гостя, где люди непринуждённо общаются и чувствуют себя свободно и уютно как дома;

- «третье место» — это уникальный уравниватель — для его посетителей социальный или экономический статус друг друга не имеет значения, там ценятся личностные качества, а не жизненный успех, место доступно для разной публики и не устанавливает формальных критериев членства, что способствует духу сообщества;

- беседа — основная деятельность «третьего места», цель, которую преследуют его посетители — удовлетворить потребность в неформальном общении. Здесь они могут свободно и непринуждённо беседовать, делиться новостями и обмениваться мнениями;

- доступность и размещение «третьего места»: доступ к нему должен быть лёгким, а часы работы такими долгими, чтобы туда можно было прийти в любое время, не опасаясь, что двери будут закрыты. Не менее важно местоположение «третьего места» — оно не должно быть слишком удалено от жилья, иначе его привлекательность гаснет по двум причинам: добираться туда неудобно, и меньше вероятность того, что посетитель будет знать хозяев;

- наличие завсегдатаев, т. е. постоянных клиентов, которые придают месту характер, оживляют его. Именно их настроение и манеры формируют передающийся и заразительный стиль взаимодействия, вытесняющий страх и отчуждение, а одобрение новых лиц завсегдатаями является решающим;

- «третье место» чаще всего выглядит простым и неприметным. Видимость, окружающая посетителей, не должна затмевать их личности. Отсутствие претенциозности помогает людям чувствовать себя свободно и раскрепощённо;

- постоянное настроение «третьего места» — игривое. Здесь доминируют радость и одобрение;

- «третье место» по атмосфере и степени психологического комфорта похоже на дом вдали от дома, проводя там время, человек обретает душевное спокойствие.

К компонентам «третьего места» относятся: бесплатность, постоянные посетители, комфорт, место для общения, контактов, выбор за посетителями.

Ввиду необходимости конкурировать за те полтора часа свободного времени, которые по статистике есть у среднестатистического человека, не остаются в стороне от создания так называемых «открытых пространств» для общения и самовыражения и библиотеки. В силу своих особенностей — открытости, доступности и бесплатности — именно они обладают наибольшим потенциалом (среди других институтов культуры) для того, чтобы в жизни местного сообщества играть эту роль.

Первой библиотекой «третье место» можно считать библиотеку Эндрю Карнеги в Питтсбурге. В начале XX в. библиотека представляла собой целый комплекс. Здесь работали разнообразные курсы: стенографии, английского языка для иммигрантов, бухгалтерского дела. Кроме того, работало несколько музыкальных коллективов — джаз-банд, хор, оркестр. Был ещё гимнастический зал, бассейн, бильярдная, комната отдыха и парикмахерская. Такое многообразие деятельности основывалось на определённой позиции. Карнеги полагал, что объединение в одном здании различных активностей даст возможность для интеллектуального, физического и артистического развития контингента читателей. Питтсбургская библиотека Карнеги — один из самых ярких примеров того, что создание библиотеки — это, прежде всего, создание социального пространства.



### **Как же это можно осуществить в наших библиотеках?**

Прежде всего важно помнить, что «третье место» — это место **В** библиотеке, а не **ВСЯ** библиотека. Это территория, специально предоставленная посетителям, где человек может в комфорте и безопасности проводить время: читать и отдыхать, работать и встречаться с друзьями, слушать публичные лекции и концерты, а также участвовать в диспутах, играх и тренингах. А ещё выпить кофе с пирожным (что запрещено в читальном зале), поговорить по телефону, поиграть, побеседовать со знакомыми. Речь идёт о создании такого пространства, куда люди захотят приходить не обязательно с целью посетить библиотеку, а как в симпатичное привлекательное место, где они могут встретиться с

друзьями и провести время не скучая. Возможно, впоследствии эти посетители станут читателями библиотеки, если уже таковыми не являются.

В местном сообществе библиотека как «третье место» проявляет себя через следующие ключевые понятия:

- социосвязанность: библиотека является точкой неформального собрания людей, связанных общими интересами/увлечениями. Для данных пользователей библиотека выступает координатором;

- уют: интерьеры библиотек должны быть интересными и уютными для пользователей, чтобы они чувствовали себя в стенах библиотек как у себя дома;

- «ткань»: библиотеки плетут сложный узор социальных контактов и человеческих взаимоотношений, а также создают процесс «диффузии» знаний в общество;

- связь всего со всем: библиотеки помогают ощутить и понять место и свою принадлежность к обществу. Личностное развитие;

- «родина»: чувства гражданского достоинства, воспитание патриотизма, особенно у подрастающего поколения;

- возможности: целый ряд, на первый взгляд, случайностей, которые человек открывает для себя заново, «зачерпнув» знаний из книжной сокровищницы;

- дружба: в библиотеках люди могут найти новые интересные знакомства;

- релакс: люди расслабляются после тяжёлого и длинного рабочего дня, интересно проводят время. Взяв в руки книгу, забывают о проблемах;

- социализация: библиотека помогает человеку налаживать контакты с обществом, становиться более открытым к общению и взаимодействию;

- яркость: знания и культурные события делают нашу жизнь насыщенной и интересной, «форматируют», изменяют наш взгляд на окружающий мир.



**С точки зрения архитектуры «третье место» должно обращать на себя внимание прохожих, заинтересовывать их, интриговать и одновременно показывать: смотрите — это библиотека, а раз у неё такое здание, то значит, здесь есть нечто, чего нет ни у кого вокруг — знания, которые очень ценны и тем самым достойны такого здания.**

Для того, чтобы «третье место» библиотеки было привлекательным с точки зрения архитектуры, в оформлении пространства желательно руководствоваться «Десятью принципами британского архитектора Гарри Фолкнера-Брауна». В соответствии с ними «хорошее» библиотечное здание должно быть:

- гибким — основанным на одном конструкционном модуле и обладающим способностью подстраиваться к пространственным изменениям;
- компактным — с удобными коммуникациями для лёгкого и быстрого перемещения читателей, персонала и книг;
- доступным — как снаружи во внутрь, так и от главного входа ко всем важным для читателя пространствам — дорога сама должна вести читателя;
- расширяемым/растяжимым — способным к пространственным изменениям, чтобы по мере необходимости здание можно было расширить;
- дифференцированным в отношении условий труда и многоаспектного доступа к информации;

- организованным — обеспечивающим лёгкий и быстрый контакт читателя с книгой и доступ ко всем библиотечным и информационным ресурсам и услугам;

- уютным — поскольку работа как читателя, так и библиотекаря в хороших пространственных условиях более эффективна;

- обеспечивающим постоянные условия окружающей среды и микроклимат, необходимые для охраны и сохранения физического состояния библиотечных фондов;

- безопасным для читателей, персонала, фондов — обеспечивающим персоналу возможность контролировать поведение читателей и предвидеть ситуации, угрожающие фондам;

- экономичным в эксплуатации — библиотека должна быть построена и эксплуатироваться при минимуме финансовых и человеческих ресурсов.

Важными архитектурными элементами фасадов зданий становятся изображения, анимация, управляемый искусственный свет, медиа-архитектура.

### **Как же это можно осуществить в наших библиотеках?**

Предлагаем вам своеобразный обзор по стилю «третье место», рекомендации по интерьеру (и не только):

- большое внимание уделяется оформлению интерьеров, в которых «просто хочется быть». Дизайнеры часто используют стекло и оргстекло, делающие пространство «прозрачным» и визуально его расширяющим. Вместо тяжёлых используются мобильные стеллажи и металлокаркасы на колёсах, которые позволяют в случае проведения мероприятий легко трансформировать библиотечные залы в большую свободную зону;

- использование «диалогового» дизайна в виде мягких пуфов, стоящих неподалёку от читательских мест кофемашины и электрического чайника;



неподвижных шкафов



- не создавать преград у входа, по возможности обходиться без лестниц;



- желательно, чтобы окна городских библиотек, размещённых на первых этажах зданий, просматривались с улиц;

- небольшие, переносные столы и стулья, а также мягкие пуфы расставляют неподалёку от стеллажей с книгами ближе к окнам (преимущественно

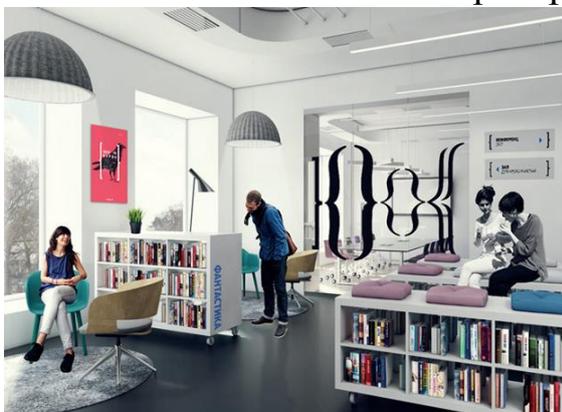
дневного освещения). Неподвижные стены заменяют «чуткими» стеклянными или раздвижными поверхностями;

- принцип «кочевничества» реализуется также через мебель-трансформеры, перепады высоты (антресоли, те же подиумы), появление ниш, в которых столь любят прятаться не только дети, но и взрослые, стремящиеся к уединению;

- уход от статичности выставок за счёт насыщения их движущимися элементами на экранах, плазменных панелях;

- включать в интерьеры элементы природного ландшафта. Это могут быть природные компоненты (цветы на окнах, мебель из дерева, зимние сады) или звуки струящейся воды в небольших напольных фонтанчиках, аквариумы с плавающими рыбками и даже щебечущие декоративные птицы.

В рамках концепции «третьего места» предлагается различать «частное», «публичное» и «общественное» пространства библиотеки. Частное пространство — это библиотечное



пространство, организованное с учётом потребности человека в автономном, индивидуальном режиме пользования библиотекой.

Публичное пространство — это помещения библиотеки, которые используются как место встреч, диалога и взаимодействия людей.

Под общественным пространством в архитектуре и урбанистике понимаются городские площади, парки и скверы, где происходит общественная жизнь города, преимущественно в досуговой сфере.

За счёт трансформации пространств и концептуальной фокусировки основного вектора работы публичные библиотеки могут наполниться новыми смыслами, обрести неповторимую индивидуальность и стать центром консолидации творческих и интеллектуальных инициатив.

Публичная библиотека способна создавать ситуации, благодаря которым пользователь ощущает себя в психологически комфортном пространстве. Оно должно быть не только функционально удобно, но и доставлять удовольствие, вызывать приятные эмоции. Необходимо выстраивать пространство таким образом, чтобы оказавшиеся в нём взрослые и дети получали удовольствие от чтения.

### **Как же это можно осуществить в наших библиотеках?**

Представляем вашему вниманию библиотечные лайфхаки, которые помогут организовать в вашей библиотеке «третье место».

#### Организация библиотечного обслуживания:

- возможность приходить в библиотеку со своими книгами и читать их в комфортной обстановке;
- создание в библиотеке ремонт-кафе, в котором специалисты-волонтёры ремонтируют неисправную технику;
- открытие кофейни «Мама, я в библиотеке!», книжно-сувенирного киоска «Совомания»;
- создание комикс-зоны, где сосредоточен книжно-журнальный фонд и имеется пространство, оборудованное для выставок, мастер-классов и лекций;
- создание зоны мейкерспейс (особого пространства в библиотеке, где можно учить, учиться, изобретать, создавать и пробовать что-то новое вместе. Мейкерспейс открыт для всех посетителей, которые могут поэкспериментировать: придумать что-то своё, индивидуальное, и воплотить идею в жизнь с помощью современной техники. Это могут быть 3D-принтеры, робототехника, оборудование для создания видеоигр, электронных книг, для электронного шитья. Библиотеки не только предоставляют технику и необходимую учебную литературу, но и находят преподавателей, которые учат воплощать в жизнь новые технологии).

### Организация библиотечного пространства:

- оборудование игровых зон для детей и родителей, состоящих из пяти тематических площадок, каждая из которых посвящена отдельному континенту;
- адаптированные размеры стеллажей и полок к антропометрическим особенностям маленьких детей, размещение между стеллажами столиков, пуфов-трансформеров;
- вся мебель в читальных залах на колёсиках. Это позволяет сдвигать книжные стеллажи и организовывать необходимые посадочные места, превращая пространство то в лекционный, то в концертный зал;
- стилизация стеллажей под игру «тетрис», где основной ключевой принцип — богатство интерпретаций;
- использование изображений, анимации, управляемого искусственного света, медиа-архитектуры;
- детская зона может включать в себя зону подвижных игр (мягкие ходули, сухой бассейн с шарами), зону для организации сюжетных игр, зону для дидактических игр и детского творчества;
- оформление укромного уголка за стеллажами, где есть стулья/кресла/пуфы, маты на полу;
- организация зоны настольных игр;
- использование в интерьере медиа стены (фотографии и отзывы о событии, которые участники выкладывают в своих соцсетях, автоматически компонуются и транслируются на стене);
- использование в интерьере элементов фасадов зданий, в которых находятся библиотеки;
- обустройство зимнего сада в библиотеке.

### Организация различной социокультурной деятельности:

- чтение сказок аниматорами в исторических костюмах;
- просмотры авторских фильмов, фотовыставок и выставок живописи с обсуждением;
- языковые клубы для старшего поколения;
- краткосрочные языковые курсы;
- привлечение в библиотеки хипстеров — молодёжь, ориентированную на элитарную зарубежную культуру и искусство, моду, альтернативную музыку, артхаусное кино, современную литературу;
- клубы читателей — поклонников современных направлений в чтении и искусстве.

### **Библиотека — «третье место» и пандемия**

В условиях ограничений, введённых из-за пандемии COVID-19, библиотекам сложно оставаться для своих реальных и потенциальных читателей в статусе «третьего места». Ввиду отсутствия доступа к фонду и свободной возможности выбрать книги ушла «библиотечная магия» — книжный запах, прогулки по лабиринтам библиотечных стеллажей, неторопливые беседы и обсуждения прочитанного и др. Обслуживание читателей приходится проводить ускоренно, что, конечно же, вызывает негативные впечатления. Плюс несогласие некоторых посетителей надеть маску и соблюдать социальную дистанцию. Таким образом, в период пандемии БЕЗОПАСНАЯ библиотечная среда не равна КОМФОРТНОЙ библиотечной среде.

Но выход всё-таки есть. Вернее, он нащупывается, выверяется и прокладывается в каждодневной библиотечной работе тысячами библиотекарей по всему миру. Большинство проектов библиотек окончательно переехали на разнообразные интернет-платформы, видеосервисы, онлайн-кинотеатры, каналы на YouTube, добавив к своей привычной деятельности приставку «онлайн». Читательская аудитория охотно принимает интерактивные формы и участвует в них.

Ваша группа в «VK» даст возможность ответить на справочные запросы, продлить книги, организовать обратную связь под публикациями. Для развлекательного и познавательного досуга можно внедрить онлайн-викторины, квесты (значительно облегчит вам работу активная кликабельная опция «опрос», которую можно привлекать в качестве полезной формы интернет-взаимодействия и обратной связи с подписчиками). Отдельно следует отметить всевозможные мастер-классы, популярность которых постоянно растёт. Тут — простор для ваших фантазий: от простых библиотечно-гастрономических и до театра теней. Ну и, конечно, классика библиотечной работы — виртуальные книжные выставки и обзоры.

Представительство в Instagram. На платформу ZOOM можно перенести заседания различных клубов по интересам. Тем более что с весны 2020 г. изменился функционал Instagram. Теперь прямые эфиры, имевшие ранее цикл жизни 24 часа, стали полноформатными участниками ленты и в настройках появилась функция сохранить прямой эфир в IGTV (приложение, созданное для просмотра вертикального видео продолжительностью до

60 мин). Любое полезное видео, в т.ч. прямой эфир можно посмотреть в удобное для себя время и не беспокоясь, что оно пропадёт в течение суток. Можно попробовать такую форму как совместное чтение в Instagram. В начале месяца публикуется пост-анонс с книгой-героиней и приглашение присоединиться к совместным чтениям всем желающим. Желательно, чтобы выбранная книга была и в бумажном варианте (в фондах библиотеки) и на «ЛитРес» в электронном виде. Дав разрешение добавить себя в чат выбранного мессенджера, участник события попадает в компанию начитанных, интересных собеседников, готовых поддержать диалог, разобрать непонятные книжные моменты и даже постичь этимологию слов. Особо продвинутые коллеги пошли дальше и запустили проект семейных совместных чтений, которые сплачивают семьи, помогают преодолеть сложности в общении, раскрепощают детей и просто возрождают прекрасную традицию семейного чтения.

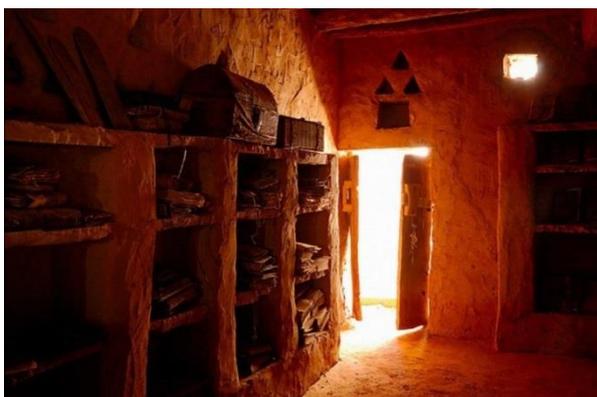
QR-коды в свою работу можно внедрять без особых финансовых затрат. В коды можно уместить даже такие полезные ссылки, как электронный каталог, информацию о библиотеке, инструкцию о чтении на «ЛитРес», ссылки на виртуальные выставки. Посетитель может сканировать коды на информационном стенде на входе в библиотеку.

***Р. С.*** Существование библиотеки в концепции «третьего места» — это многофункциональность библиотеки с сохранением в качестве главной функции чтения. А за счёт трансформации пространств и концептуальной фокусировки основного вектора работы библиотеки могут наполниться новыми смыслами, обрести неповторимую индивидуальность и стать центром консолидации творческих и интеллектуальных инициатив.

С лёгкой руки известного российского библиотековеда Славы Матлиной сущность модели библиотеки как «третьего места» представляется в виде метафоры «тёплого дома». Такой «дом» отличает от работы/учёбы неформальный характер общения, возможность выбирать занятие по душе — будь то чтение или использование электронных ресурсов, посещение курсов фотографии или музыкального концерта и др. От собственного дома посетителей с его обыденностью такую библиотеку отличает атмосфера внебудничности, особой эмоциональности, возможность мобильного переключения с

одного занятия на другое. Это «дом», где помогут найти нужные сведения, подскажут, в каком направлении действовать, передадут знания, необходимые в трудной ситуации. Ко всему прочему, психологи удостоверяют, что это оптимальный вариант места, ориентированного на многих и одновременно на конкретного человека, а сама библиотека призвана служить одновременно и способом ухода от навязчивого мира, и способом связи с миром во всём богатстве его информации.

## Самые необычные библиотеки мира



❖ Библиотека в западноафриканском городе Шингетти. Из этого места начинают свой путь в Мекку огромные караваны с паломниками. В 1950-х гг. в Шингетти было около 30 семейных библиотек, но сильная засуха увела жителей из города. Сегодня остаётся менее 10 библиотек в Старом городе, которые обслуживают учёных и туристов. Совокупный фонд составляет около 6 тыс. книг. Самые древние датированы IX в.

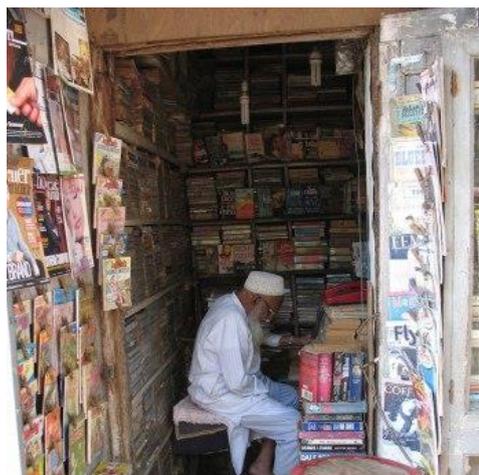


❖ Библиотеки полярных станций в Антарктиде очень разнообразны. Например, небольшой зелёный контейнер с диванчиком, письменным столом и стеллажом находится в ста метрах от германской полярной станции Ноймайер и вмещает около 1 тыс. книг. Книги для необычной библиотеки предоставляют, как правило, учёные, живущие на станции, и они же отмечают, что библиотека — «это немного иное место, вдали от повседневной деятельности».



❖ Библиотека города Гуанчжоу расположена на площади в 100 тыс. м<sup>2</sup>. Главная её особенность в том, что она предоставляет посетителям прямой доступ к полкам, на которых ждут своего читателя 3,5 млн книг. Эта библиотека — самая большая в мире открытая публичная библиотека.

❖ Очень маленькая библиотека в трущобах индийского Мумбаи. Была открыта в 1950 г. Абдуллой Амиром. Библиотека платная. Стоимость аренды книги — 1 рупия (меньше 2 центов США), залог составляет 10 рупий. При библиотеке работает книжный магазин. В последнее время у библиотеки дела идут неважно. Амир поясняет: «У людей нет времени. Телевидение, радио, компьютер мешают погрузиться в чтение».



❖ Библиотека бездомных в городе Торонто. Её организовали двое бездомных, Элвин и Алекс, в переходе под одним из мостов Торонто. Алекс считает: «Одним из преимуществ библиотекаря-любителя является то, что прохожие с большей



вероятностью останоятся поболтать». Коллекция в бесплатной библиотеке включает такие книги, как «Пятьдесят оттенков серого», детские книги, книги о политике — всё, что можно собрать, что выбрасывают жители.

❖ Библиотека-корабль «Eros». Курсирует на западном побережье Норвегии. «Eros» был построен в 1963 г., на его борту около 6 тыс. книг. В большой каюте проводятся различные культурные мероприятия. Два раза в год «Eros» совершает 45-дневный тур, посещая более сотни небольших населённых пунктов.



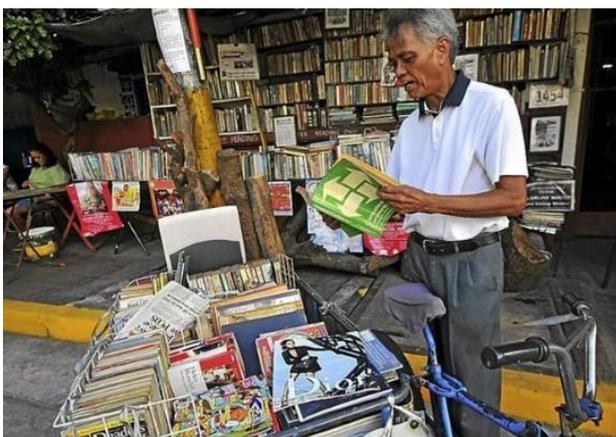


❖ Библиотека египетского монастыря Святой Екатерины. Монастырь основан в 381 г. и считается старейшим монастырём в мире. Его библиотека возникла примерно в

VI в., что делает её старейшей непрерывно работающей библиотекой на Земле. Одна из самых ценных её коллекций — около 4500 рукописей на греческом, арабском, коптском, сирийском и других языках. Библиотека вступила в интернет-эпоху с оцифровкой древних рукописей.



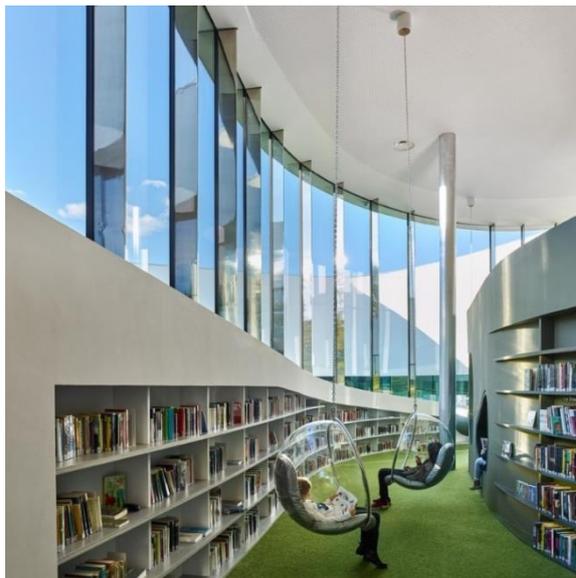
❖ Библиотека самой большой трущобы на африканском континенте по адресу Кибера, Найроби, Кения. Библиотека самодельная, из гофрированного железа, является единственным местом для многих детей, где можно обучиться грамоте и получить хоть какое-то образование.



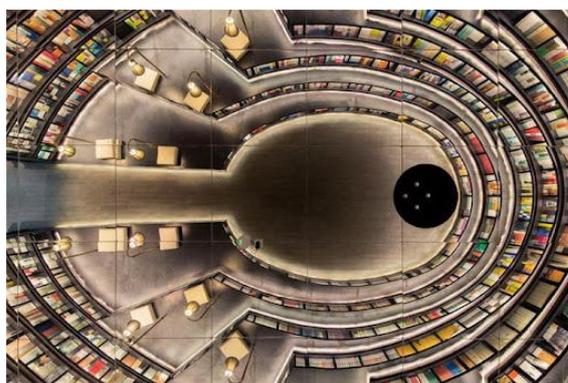
❖ Библиотека в городе Манила, Филиппины. Её открыл в своём жилище страстный поклонник книг Эрнандо Гуанлао. Любители чтения могут взять в его библиотеке сколько угодно книг на любое время, даже навсегда. «Единственным правилом публичной

библиотеки является отсутствие каких-либо правил», — говорит Эрнандо. За много лет количество книг в библиотеке увеличилось со 100 наименований до 3 тыс.

❖ Медиатека в городе Тьонвиль на юго-востоке Франции под названием «Пазл — Медиатека Тьонвиля». Проект был специально разработан для этой библиотеки. Его цель — создать библиотеку будущего. Идея проекта крутится вокруг концепта «третьего места» — пространства, где посетители становятся участниками на своих собственных условиях.



❖ Библиотека-лабиринт в китайском городе Ханчжоу. Здесь можно насладиться знаниями на удобных скамейках в окружении книг и зеркал. Дизайн помещения напоминает футуристический лабиринт. Эта библиотека стала настоящим революционером,



пропагандирующим принципы равенства. Она открыла свои двери для нищих и бездомных, правда, только при условии чисто вымытых рук. Такое соседство не всегда радует других посетителей, но куратор библиотеки всегда уверенно отвечает: «Мы не имеем права выгнать их, зато вы свободно можете уйти».

*Эти библиотеки, столь непохожие на привычные,  
и в тоже время созвучные им, несут, так же как  
и все остальные, свою непростую службу  
в разных уголках планеты Земля:  
день за днём, год за годом,  
век за веком...*

**Словарик  
новых библиотечных терминов и терминов,  
тематически связанных с понятием  
«третье место»**

**Айстоппер** («то, что останавливает глаза») — яркий, неординарный, выделяющийся элемент, панно, привлекающее внимание. Айстоппер — название, используемое в рекламе, призванное привлечь людей к объявлению. Например, сильнейший айстоппер — это цвет, особенно яркий. Также используются нестандартные и смешные изображения животных, людей. Такой приём применяется в библиотеках для оформления книжных выставок. Главная функция айстопера на выставке — привлечь аудиторию к конкретному стенду. Для этого используются ростовые фигуры, которые одновременно служат указателями. Кроме этого, на стенде может быть размещён необычный объект, не позволяющий пройти мимо.

**Антикафе** — тип общественных заведений социальной направленности, основной характеристикой является оплата, в первую очередь, проведённого времени, в стоимость которого входят различные угощения, развлечения и мероприятия. Основными функциями антикафе являются рабочая, развивающая, развлекательная, творческая.

**Библиобар** — форма мероприятия, где предлагаются для прочтения книги самых популярных авторов. В библио-баре можно подойти к понравившейся стойке и выбрать то, что «повкуснее».

**Библиографическое биеннале** — выставка или фестиваль библиографических и информационных ресурсов, продукции и услуг библиотеки, проводится раз в два года. Возможна организация тематических биеннале: музейно-библиографических, художественно-библиографических, музыкально-библиографических и др.

**Библиокафе** — форма мероприятия, построенного по типу кафе, где в меню вместо блюд подаются книги.

**Библиокараван** — цикл выездных мероприятий, выставок, обзоров, объединённых одной темой и представленных в разных организациях и учреждениях.

**Библиомикс** («смешивать») — библиографический обзор по определённой теме, в который можно включить библиотечные

документы разных видов: книги, периодические издания, видео-, кино-, фоно-, фотодокументы, электронные издания, плакаты, ссылки на информационные ресурсы.

**Библиотечный бульвар** — мероприятие, проводимое на улице с целью рекламы книги и чтения.

**Библиофреш** («свежий») — библиографический обзор новинок.

**Библиошопинг** — форма массового мероприятия, в ходе которого один участник мероприятия предлагает другому участнику «купить» книгу из фонда библиотеки, прорекламировав её.

**Библиошоу** — яркое, показное библиотечное мероприятие, рассчитанное на шумный внешний эффект.

**Блог** — персональный сайт, позволяющий вести текстовые записи с использованием мультимедийных элементов. Это онлайн-дневник, в котором в обратном хронологическом порядке опубликованы записи, «посты». Ещё одной важной особенностью блога является то, что читатели могут публиковать свои комментарии к сообщениям, что делает блог уникальным интерактивным ресурсом.

**Буккроссинг** («книга», «переезд», «перекрёсток») — книжное странствование из рук в руки, из дома в дом, от читателей в библиотеку и наоборот. Буккроссинг — это процесс освобождения книг. Человек, прочитав книгу, оставляет её в общественном месте (парк, кафе, поезд, станция метро, библиотека) для того, чтобы другой, случайный человек мог эту книгу найти, прочитать и, в свою очередь, повторить процесс.

**Буктрейлер** — форма рекламы книги, анонс на книгу в виде короткого видеоролика, который включает в себя самые яркие моменты сюжета или в том или ином виде визуализирует её содержание. Попросту говоря — это клип по книге. Основная его задача — рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя.

**Бук-слэм** («толкания», «вытеснение друг друга») — соревнования на лучшую «рекламную кампанию» по продвижению выбранной книги. Возможны с элементами музыкальной театрализации. Участники делятся на несколько команд. Задача команды — как можно лучше разрекламировать книгу. Главное — команды получают одинаковые книжки. Слэм-турнир является своеобразным сочетанием спорта и искусства. За

определённый промежуток времени нужно показать умение донести до зрителей свои эмоции и чувства. Таким образом, рекламная книжная кампания должна заставить «купить», т. е. прочитать книгу. Лучшую рекламную кампанию определяет жюри, в состав которого могут входить как зрители, так и библиотекари. Слэм-турнир проводится с чётким временным регламентом и со штрафными санкциями за нарушение установленных правил.

**Вебинар** — способ организации встреч онлайн, формат проведения семинаров, тренингов и других мероприятий с помощью сети Интернет. Для организации вебинара используются технологии видеоконференции, интернет-телефонии и др. Вебинары распространены в деловой среде.

**Веблиография** — это аннотированный библиографический список интернет-сайтов, тщательно отобранных по конкретной тематике и определённым параметрам. Он призван знакомить пользователя с лучшими сайтами.

**Виртуальная библиотека** — библиотека, документы которой хранятся в машиночитаемой форме и которые получает пользователь, обращаясь к поисковым системам глобальной сети, необязательно являясь читателем библиотеки. Виртуальная библиотека — это распределённая в пространстве сеть телекоммуникации общего пользования, ориентированная на обмен данными между библиотеками. Среда виртуальной библиотеки состоит из ряда библиотек, территориально удалённых друг от друга, которые выполняют функции интегрированного общения и получения информации о библиотечных ресурсах.

**Виртуальная книжная выставка** — это публичная демонстрация в сети Интернет с помощью веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удалённым пользователям для обозрения, ознакомления и использования. Выставка предполагает виртуальную презентацию изданий, раскрывающую их содержание. Предоставляет доступ к материалам библиографического, фактографического, энциклопедического характера, существующим в электронном формате и доступным через Интернет.

**Витражи** — литературные мероприятия о произведениях декоративного искусства.

**Гурман-вечер любителей ... жанра** — вечер, посвящённый определённому жанру литературы, раскрывающий лучшие стороны данного жанра.

**Демотека** — отдел в библиотеке, где пользователи могут оставить свои собственные творческие работы — «демос» в области музыки, литературы, фотографии, видеосъёмки, графики и др. Очень часто творческая молодёжь, стремясь к самореализации, предлагает свои произведения издательствам или музыкальным компаниям. Подавляющее большинство их дисков или сценариев после просмотра отклоняются и возвращаются их авторам с пожеланиями дальнейшего успеха. В библиотеке ни одно произведение не отклоняется. И это не значит, что библиотека собирает произведения низкого качества. Наоборот, она помогает творческой молодёжи достичь поразительного качества их работ.

**Диско-лекция** — устный рассказ, сопровождаемый видеорядом и специально подобранной музыкой. Сопровождаемые беседой, диспутом, выставкой, диско-лекции являются удобной формой популяризации книг.

**Информационный брифинг** — на таком мероприятии в режиме пресс-конференции можно не только отвечать на вопросы пользователей, связанных с поиском информации, но и проводить тематические консультации. Брифинг может быть самостоятельным мероприятием или частью творческого мероприятия различных библиотечных форм.

**Книгли** — это книги, полностью напечатанные на листе формата А2 мелким текстом, так, чтобы поместилось всё произведение, причём разные оттенки шрифта создают рисунок. Идея книгли принадлежит киевлянам Анне Белой и Дмитрию Костырко. На одном листе А2 помещается книга в 200-300 страниц. Высота строк микроскопическая, иногда она меньше миллиметра. Читается с увеличительным стеклом. А если убрать лупу и отойти от этой книги на несколько шагов — буквы, напечатанные разными оттенками серого, сливаются в иллюстрацию.

**Книжный дресс-код** — форма массового мероприятия, на котором презентуют именно те книги, которые можно считать обязательной составляющей имиджа современного человека.

**Коворкинг** — подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве. Коворкинг характеризует гибкую организацию рабочего пространства и стремление к формированию сообществ резидентов и внутренней культуры.

**Комильфо-вечер** — вечер, посвящённый этикету.

**Либмоб** — рекламная акция, когда библиотекари выходят на улицы с рекламными буклетами и проспектами, раздают их прохожим, приглашают в библиотеки и проводят блиц-опрос о местонахождении библиотеки.

**Медиатека** — это коллекция новых современных носителей информации, организованный доступ к мировым информационным ресурсам сети Интернет, комфортная среда, способствующая развитию самопознания и любознательности.

**Медиацентр** («посредник», «носитель», «средство») — это структурное подразделение библиотеки, в котором сосредоточено собрание документов на различных носителях информации с соответствующей технической базой, формами работы с пользователями.

**Мотиватор** — вид наглядной агитации, предназначенный для создания подходящего настроения в школах, университетах и библиотеках. Это изображение, которое вдохновляет на что-то, стимулирует к действию или к каким-либо изменениям, вдохновляет на работу над собой, заставляет задуматься над волнующими проблемами. Философский, религиозный мотиватор может вдохновить на какие-либо благоприятные изменения в отношении к миру, к самому себе, помогает взглянуть на мир с непривычной стороны. Книжный мотиватор стимулирует, вдохновляет на чтение книг, осуществляет положительное влияние на человека от прочитанных книг.

**Нетикет** («сеть», «этикет») — правила поведения, общения в сети, традиции и культура интернет-сообщества, которых придерживается большинство.

**Пресс-клиппинг** («вырезки из прессы») — подборка газетных вырезок по определённому направлению, отсканированных страниц печатных СМИ и скриншотов интернет-сайтов, содержащих публикации по интересующим темам. Пресс-клиппинг может сопровождаться статистическими данными — место текста, площадь текста, площадь иллюстраций, количество символов в тексте сообщения.

**PRO-движение книги** — рекламная кампания по продвижению книги к читателю.

**Ребрендинг** — активная маркетинговая стратегия; включает комплекс мероприятий по изменению как компании, так и производимого ею товара, либо его составляющих: логотипа, слогана, визуального оформления; с изменением позиционирования. Проводится в русле изменения концептуальной идеологии бренда.

**Ремоделинг** («передельвать», «переоборудовать») — часто применяют в торговых заведениях с целью не только естественной необходимости увеличения собственной прибыли, но и максимальной переориентации деятельности в соответствии с потребностями и интересами клиентов: по-новому размещается товар, расширяется ассортимент продукции, улучшается сервис обслуживания. Очень важной составляющей ремоделинга является новая система обучения персонала, ориентация его на индивидуальную помощь каждому клиенту. Сегодня тема ремоделинга является очень актуальной и для библиотек. В наше время классический набор библиотечных услуг, как и классическая структура отделов, уже не является достаточным фактором привлекательности для потенциальных пользователей и для развития библиотеки.

**Сторисек** («мешок историй») — проектный метод, в основе которого лежит работа по совместному чтению. В «мешке историй» находится высококачественная художественная детская книга с дополнительными материалами, стимулирующими детское чтение. Также там могут находиться мягкие игрушки и реквизиты книги, аудиокассета, языковая игра, «шпаргалки» для родителей. «Мешок» историй выдаётся на абонементе. Идея сторисека заключается в получении удовольствия от совместного чтения вслух ребёнка и родителей. Взрослые разыгрывают истории из детских книжек, «оживляют» их с помощью сопроводительного материала.

**Сторителлинг** («рассказывание историй») — это способ передачи информации через рассказы историй, который дополняется музыкой, фото-, видео- и другими эффектами (цифровой сторителлинг). Это преобразование эпизода из жизни организации в историю в результате обработки сюжетной линии, описания действующих лиц и др.

**Ток-шоу** — на обсуждение выносится какой-либо вопрос. Участникам предлагается обсудить несколько жизненных ситуаций, разыгранных актёрами. Руководит обсуждением библиотекарь. Цель — нравственное воспитание читателей.

**Флаер** («рекламный листок») — это небольшая листовка, часто выполненная в ярких сочных красках. Используют флаеры, в основном, как раздаточный материал в различных рекламных и промоакциях. Нередко флаер является своеобразным бесплатным пропуском, приглашением или даже входным билетом на какое-либо мероприятие. Флаером может воспользоваться любой человек.

**Флэшбук** — книжный флэшмоб в Интернете, знакомство с изданиями по фрагментам текста в соцсетях, создание страниц любимых книг, приглашение на них своих друзей и подписчиков. Флэшбук является презентацией или знакомством с интересными книгами с помощью цитат, иллюстраций, личных переживаний и другой информации о книге.

**Флэшмоб** («быстрая толпа», «вспышка толпы», «мгновенная толпа») — это заранее спланированная массовая акция, сбор людей с целью проведения одноразовой акции. Обычно организована через Интернет или другие современные средства коммуникации. Большое количество людей оперативно собирается в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее согласованные действия (сценарий), и затем участники быстро расходятся.

**Флэш-семинар** («проблеск», «вспышка», «мгновение», «неожиданное проявление», «быстрая запись / стирание информации из памяти блоками») — форма передачи знаний и умений, в основе которой лежит обсуждение нововведений и обмен опытом. Слушатели флэш-семинара имеют возможность за короткое время ознакомиться с методиками авторитетных лекторов, а также с наработками коллег по рассматриваемому вопросу. На флэш-семинаре в результате коллективного обсуждения вырабатывается общее наиболее эффективное решение поставленной задачи. Цель флэш-семинара — сгенерировать как можно больше профессиональных идей и обменяться способами решения сложных вопросов из личной практики.

**Фримаркет** — возник в 90-х гг. прошлого столетия как место, где можно оставить ненужные вещи или обменять их на

другие. Впервые подобные акции начали проводить в США. Очень часто люди, которые переезжали, свои ненужные вещи выносили из домов и раздавали тем, кому они нужны, или продавали за символическую плату. Затем фримаркет появился в Европе, позднее – в России. Библиотечный книжный фримаркет — это место, где можно оставить прочитанные книги или взять бесплатно оставленные другими.

## Библиография

Абаджева, М. С. ТОП-5 технологических новинок / М. С. Абаджева // Современная библиотека. – 2019. – № 7. – С. 74–76.

Батуева, И. Детские библиотеки Японии: Эхон-кафе, зубная клиника и Хибикикан / Ира Батуева // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 14–15.

Берёзкина, Н. Библиотечное пространство: каким оно может быть в современной библиотеке / Н. Берёзкина // Библиотечный свет. – 2018. – № 6. – С. 5–6.

Васильева, Н. В. Дополненная реальность в библиотеках / Н. В. Васильева // Научные и технические библиотеки. – 2020. – № 8. – С. 115–128.

Вовк, О. Если встретил на улице библиотекаря — обними его! / Ольга Вовк и Виктория Королёва ; вопросы задавали Андрей Жвалевский и Евгения Пастернак // Библиотека в школе. – 2018. – № 1/2. – С. 27–29.

Выропаева, Н. С. Библиотека как площадка развития молодёжного предпринимательства / Надежда Сергеевна Выропаева // Молодые в библиотечном деле. – 2016. – № 7. – С. 51–57.

Германцев, С. Самые необычные библиотеки мира / С. Германцев // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 8–13.

Данилова, Е. Шах и ... чай! : [об открытии первого антикафе в Бресте, хозяин Алексей Купряков, в меню антикафе — шахматы, шашки, бесплатный чай и йога] / Е. Данилова // Заря. – 2014. – 3 июня. – С. 4.

Детские библиотеки Японии // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 14–15.

Коробкина, Т. Е. Библиотека в общественном пространстве города / Т. Е. Коробкина // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 2–5.

Лутковская, В. Досуговый центр — запрос времени? : поэтапная подготовка проекта, посвящённого разнообразным культурным мероприятиям для детей / Виктория Лутковская // Библиополе. – 2017. – № 10. – С. 8–13.

Ляйтнер, Д. Главный тренд: библиотеки строят работу вокруг людей, а раньше строили — вокруг книг / Д. Ляйтнер ; интервью

провела Л. А. Казаченкова // Современная библиотека. – 2019. – № 3. – С. 8–11.

Матлина, С. Г. Библиотечное пространство: воображаемый образ и реальность / Слава Матлина. – Москва : Библиомир, 2015. – 195 с., [32] с. цв. ил.

Матлина, С. Г. Библиотечное пространство: в поисках определения (Социокультурные аспекты) / С. Г. Матлина // Научные и технические библиотеки. – 2013. – № 7. – С. 3–20.

Матлина, С. Г. Библиотечное пространство: основные принципы и характеристики (Социокультурные аспекты). Часть первая / С. Г. Матлина // Научные и технические библиотеки. – 2016. – № 6. – С. 83–97.

Матлина, С. Г. Библиотечное пространство: основные принципы и характеристики (Социокультурные аспекты). Часть вторая / С. Г. Матлина // Научные и технические библиотеки. – 2016. – № 7. – С. 62–77.

Матлина, С. Г. Библиотечное пространство: от публичного к общественному / Слава Матлина // Библиотечное дело. – 2014. – № 21. – С. 2–9.

Матлина, С. Г. Публичная библиотека : пути инновационного развития : избранное / С. Г. Матлина. – Санкт-Петербург : Профессия, 2009. – 391 с.

Машкара, А. Д. Комплексный нейминг как технология позиционирования общедоступных библиотек / А. Д. Машкара // Молодые в библиотечном деле. – 2018. – № 9. – С. 45–53.

Михнова, И. Б. Библиотека для молодёжи: из прошлого в будущее / [Ирина Борисовна Михнова ; интервьюировал журнал] // Современная библиотека. – 2016. – № 7. – С. 12–21.

Михнова, И. Б. Эффективная библиотека : как обустроить библиотеку и сделать ее нужной людям / Ирина Михнова, Антон Пурник ; [иллюстрации С. А. Чайкун]. – Москва : Российская государственная библиотека для молодежи, 2018. – 430 с.

Нижник, И. В. Рабочий кабинет для цифрового поколения / И. В. Нижник // Современная библиотека. – 2016. – № 8. – С. 56–57.

Орлова, Н. П. 10 лайфхаков, чтобы в библиотеке «негде яблоку было упасть» / Н. П. Орлова // Молодые в библиотечном деле. – 2019. – № 11. – С. 33–41.

Платонов, А. А. GIF-выставка: как создать / А. А. Платонов // Современная библиотека. – 2017. – № 7. – С. 28–30.

Путешествие во времени // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 6–7.

Савкина, С. В. Мультимедийные продукты библиотек как средства привлечения к чтению / С. В. Савкина, Ю. В. Жегульская // Библиотековедение. – 2019. – Т. 68, № 4. – С. 363–373.

Савоневская, Д. Коворкинг-центры — будущее библиотек / Д. Савоневская // Библиотэка прапануе. – 2014. – № 2. – С. 34–36.

Сайфутдинова, К. Яркая. Модная. Твоя : отправная точка для успешной жизни / К. Сайфутдинова // Библиотека. – 2018. – № 11. – С. 77–80.

Сокольская, Л. В. Библиотечное ОК'НО — символ и инструмент / Л. В. Сокольская // Библиотечное дело. – 2018. – № 3. – С. 25–32.

Степанов, В. К. Библиотека и библиотекари в ближайшие двадцать лет, или В ожидании сингулярности / В. К. Степанов // Научные и технические библиотеки. – 2018. – № 1. – С. 19–31.

Столяров, Ю. Н. Библиотека — третье место: трезвый анализ модной идеи / Ю. Н. Столяров // Современная библиотека. – 2018. – № 3. – С. 30–35.

Уткина, М. С. Стимпанк-салон / М. С. Уткина // Современная библиотека. – 2018. – № 2. – С. 18–19.

Ухова, В. На работу вместе с мамой : создание коворкинг-зоны для родителей с детьми / В. Ухова // Библиополе. – 2017. – № 1. – С. 14–17.

Филиппова, Т. «Третье место» как фундамент сообщества / Т. Филиппова // Библиотечное дело. – 2017. – № 5. – С. 1.

Швец, М. Ребрендинг: от имени к концепции : формирование пространства библиотеки как территории общения с посетителями / М. Швец // Библиополе. – 2017. – № 2. – С. 9–12.

Шумина, И. О. Библиотеки будущего : спектр перспективных услуг / И. О. Шумина. – Москва : Либер-Дом, 2016. – 110, [1] с. – (Библиотекарь и время. XXI век).

Юрик, И. В. «КБ-16»: коворкинг в научной библиотеке / И. В. Юрик // Современная библиотека. – 2018. – № 2. – С. 12–17.

Методическое издание

**Третье место.** Библиотека, в которой хочется быть

Составитель Е. В. Постыка

Редактор А. С. Кузьмина

Корректурa:  
Е. И. Жук, Л. Н. Саханчук

Компьютерная вёрстка  
Е. И. Жук

Формат 60/84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
Тираж 3 экз.  
Брестская областная библиотека им. М. Горького,  
б-р Космонавтов, 48,  
224016, г. Брест.

