Пример другой игры – викторина «Москва в произведениях Бориса Акунина». Для того чтобы ответить на вопросы викторины, мало было просто прочитать книги из серии про Эраста Фандорина, некоторые вопросы требовали знания Москвы XIX века, названий ее улиц, вокзалов и опасных районов. Во время «Библионочи-2012» в областной библиотеке Рязанской им. A.M. тайники, организовывались вызвало большой интерес что посетителей.

По итогам за участие в игре, викторине может выдаваться приз или определенное количество особых купонов, которые впоследствии можно будет обменять на сувенир, или выпить чаю, кофе, расплатившись купонами. Естественно, что эти купоны должны выглядеть необычно, интересно, красочно, быть удобными в обращении.

В качестве поощрительного приза библиотека может выдать талон на льготное или бесплатное сервисное обслуживание в библиотеке на какой-то определенный срок.

Еще один, часто встречающийся элемент проводимой акции просмотр видео и мультипликационных фильмов. Фильмы демонстрируются различные — от немого кино до новинок, художественные и документальные. После просмотра фильмов часто организуют обсуждения, дискуссии. Для детской аудитории после просмотра мультфильмов предлагают нарисовать или изобразить из пластилина персонажей, после чего устраивают выставку детских работ. Чаще всего такие «Кинозалы» работают в течение всей акции.

Многие библиотеки организуют громкие чтения у микрофона или прослушивают аудиокниги.

В последнее время все чаще используется новая форма продвижения чтения - буктрейлер. Это короткий видеоролик по мотивам книги, состоящий из наиболее зрелищных фрагментов (фотографии, иллюстрации, тексты, рисунки, видео) для рекламы литературного произведения. Использование буктрейлеров во время акции может стать еще одной новаторской находкой. С его помощью можно представить не только конкретную книгу, но и юбилей известной личности, актуальную тему и т. д.

Также к участию в акции приглашаются творческие люди, которые проводят различные мастер-классы. Их перечень обширен: