

Развитие и поддержание интереса к чтению в библиотеке с использованием инновационных методов и технологий (обзор российских источников)

Со времени существования «книжной культуры» чтение превратилось в одну из самых важных технологий. Владение навыком чтения давало человеку возможность социального продвижения: он мог продолжить образование, совершенствоваться профессионально и духовно, заниматься наукой, творчеством, с пользой и удовольствием провести свободное время. Это свидетельствует о многогранности чтения как явления, которая в разное время и степени отражается «в структуре чтения конкретной личности». В условиях развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), микса «высокой» и «низкой культуры» («масскульты»), подмены образцов подлинного творчества симулякрами, снижения языковой грамотности, когда чтение становится все больше обыденным занятием («чтением некультурным»), необходимо приложить усилия всем заинтересованным институциям для исправления негативных тенденций. Для этого необходимо постоянно взаимодействовать с читателем (пользователем, потребителем), оказывать ему всестороннюю помощь в выборе лучших образцов литературы, в первую очередь, художественной и нон-фикшн, в соответствии с возрастной, социально-групповой и профессиональной принадлежностью. Читательскую потребность в качественном чтении нужно культивировать. «Заставить читать невозможно, но «заразить» чтением можно» [27; 28, с. 9; 29, с. 47]. В первую очередь, эта задача для публичных и школьных библиотек, являющихся базовыми организациями в работе с населением по продвижению не только массового, но главное качественного чтения. На развитие чтения ориентирует библиотеки и Национальная программа поддержки и развития чтения.

В обзоре рассматриваются новые методы и формы, используемые библиотеками при популяризации и в продвижении чтения в виртуальной и, частично, в реальной среде. Представлен опыт работы ряда Центров чтения и отдельные проекты региональных и муниципальных библиотек (в том числе молодёжные) по приобщению к чтению населения, подведомственных территорий в Год литературы 2015. Кроме того, приведены краткие сведения о современном состоянии чтения (результаты опросов социологических служб Левада Центра, ВЦИОМ, ФОМ за 2014–2015 гг.) и информация об исследованиях в этой области.

Метаморфозы чтения

В России грамотные, «книжные люди» высоко ценились и пользовались уважением и при царской власти, и в период строительства социалистического государства. «При советской власти русские гордились тем, что они живут в “самой читающей в мире стране”» [34, с. 263]. Эти слова подтверждают данные опроса, проведенного Левада Центром в 1990 г. Тогда число регулярно читающих книги россиян составляло 56% [44].

Политические, экономические, административные и др. реформы 1990–2000-х гг. трансформировали российское общество, ухудшили материальное положение основной части его членов. Сократилось количество свободного времени, выделяемого на досуг, большую часть которого ранее занимало чтение.

¹ Ведущий научный сотрудник ЦИПР РГБ

Ухудшилась книжная среда. В очень трудные условия были поставлены общедоступные библиотеки, сельские, детские и школьные. Учителя были серьезно обеспокоены снижением функциональной грамотности и общего культурного уровня детей и подростков. Причину подобного явления они видели в том, что подрастающее поколение не читает.

Многие писатели, включая авторов подростковой и юношеской литературы, подстроились под вкусы массового покупателя (читателя), круг чтения которого ограничился в основном детективами, фэнтези, любовными и приключенческими романами. «На смену людям, относящимся к литературе как смыслу жизни, высокому предназначению, приходят “производители текстов”» [38]. При этом немногие из них обременены нравственным чутьем, заботой о читателе, их потребностями [2].

С одной стороны, «возрастает <...> разнообразие издаваемой продукции. <...> Растут нагрузки на массовые библиотеки. <...> С другой стороны, чтение выступает как занятие все менее престижное. <...> Резко меняется структура чтения, многие читают все реже: о том, что они никогда не бывают в библиотеке, в 1999 г. сообщили 83,5% взрослых россиян» [5].

К концу 1990-х гг. спрос на печатную продукцию стал снижаться, в том числе, под влиянием развития интернета: «В России книга живет, как и во всем мире: в условиях обостряющейся конкуренции со стороны шоу-бизнеса, радио, телевидения, интернета, в котором достаточно успешно развиваются электронные библиотеки» [8].

«В 1994–1995 гг. появляются первые электронные журналы. Сетевое распространение началось в 1995–1996 гг. Стало возможным использовать богатый формат PDF (Portable Data Format), чтобы встроить ссылки в текст и использовать преимущества мультимедийных средств. Только после 1999 г. электронная книга начала приобретать большую важность в планах издателей и фондах библиотек. С этого времени она стала объектом интереса для издателей, библиотекарей и книготорговцев» [12].

В 2000-е гг. активная часть населения — молодёжь, интеллектуалы, представители бизнеса — «переселяется» в интернет. По данным Левада Центра в 2009 и 2011 гг. число регулярно читавших интернет-издания лиц составляло — 14% и 20%. Самая активная возрастная группа, использующая этот источник информации — молодёжь в возрасте от 17 до 30 лет [3, с. 58].

При этом число регулярно читающих книги граждан России за 17 лет сократилось на 19%, не читающих — увеличилось на 22% [44].

Первые шаги по объединению сил, поддерживающих чтение, на базе единой программы были предприняты во время работы 14-й Московской международной книжной ярмарки 2001 г. Участниками Всероссийского конгресса в поддержку чтения, проходившего в рамках ярмарки, была единогласно принята Концепция Национальной программы «Чтение» [19].

В это же время (на 14-й ММКЯ) в рамках мегапроекта «Пушкинская библиотека» было заявлено два направления: библиотеки как центры общественной жизни и центры книги и пропаганды чтения [10]. В дальнейшем инициатива была реализована созданием в ряде региональных библиотек центров чтения.

Национальная программа поддержки и развития чтения [на 2007–2020 гг.]² (Программа) была разработана к концу декабря 2006 г. по заказу Федерального агентства

² О перспективах реализации Национальной программы поддержки и развития чтения, изложенных в итоговом документе IX Всероссийской научно-практической конференции «Национальная программа поддержки и развития чтения: проблемы и перспективы» (26–27 ноября 2015 г.), см. «Приложение 1» к сборнику.

по печати и массовым коммуникациям и Российского книжного союза Межрегиональным центром библиотечного сотрудничества (МЦБС) и ООО «Стратегия» [31].

Современное состояние чтения

Исследования чтения

Все исследователи подтверждают, что в XXI в., независимо от реальной или электронной среды, чтение остается одной из базовых технологий развития человеческой цивилизации. Повылся интерес исследователей к чтению как культурному феномену и в связи с развитием чтения с экрана. Систематизируются знания о теории чтения XX в. Цель работы — использовать интегрированное знание при переосмыслении подходов в современной практике обучения и распространения чтения, выработке стратегий «обучения экранному чтению» [36].

Определяется степень зависимости чтения от внешних обстоятельств; выделяются и рассматриваются отдельные его модели и модификации; устанавливаются различия между обыденным («некультурным») и качественным чтением [28, с. 9]. «Понимание сложности чтения, его “многослойности” позволит специалистам разного уровня более профессионально подходить к решению задач, связанных с продвижением чтения, привлечением к чтению и т.п., учитывая особенности формирования и бытования различных моделей и модификаций чтения, актуальных для личности в каждый момент ее жизни» [29, с. 47].

Исследуются читательские практики в электронной среде (модели: читатель-собеседник, читатель-последователь, читатель-пользователь, читатель-игрок). Благодаря интерактивности электронной среды, читатель «имеет возможность вступать в диалог непосредственно с автором или другим читателем текста». Парадокс заключается в том, «что само сетевое пространство не дает возможности для напряженных, вдумчивых отношений с текстом, во время которых происходит поиск ответов на поставленные вопросы, возврат к тем или иным фрагментам книги, перечитывание». Учебным заведениям и библиотекам рекомендуется уделить наибольшее внимание начинающему читателю и привитию у него «навыков диалогового чтения» [25, с. 77, 79].

В исследованиях пристальное внимание уделяется особенностям «электронного чтения, которые связаны с требованиями повышения скорости обработки и усвоения больших объемов информации (программа PISA [37], а также перспективам его развития, а именно вероятность замены процесса чтения процессом считывания) [13].

Исследуется, также, проблема социальной полезности библиотеки, новая идеология взаимоотношения ее с читателями в современных условиях, основанная на гуманистических смыслах «служения читателю» и использовании информационных технологий в качестве средства оказания всемерной помощи читателю и создания для него максимально благоприятных условий. «Сейчас за рубежом и в крупных городах России создаются различные литературные кафе, интеллектуальные клубы. Почему же таким местом, где человек может «читать и мечтать», поработать с отобранной и отфильтрованной экспертами информацией, получить квалифицированный совет по поводу чтения и работе с различными текстами, продвинуться на пути познания и обогатиться новыми смыслами не может и не должна стать библиотека?» [1, с. 39—40, 40—41].

Социологические опросы

Вместе с тем в чтении россиян продолжают наблюдаться заметные трансформации, связанные с развитием интернета, электронных устройств, предназначенных для чтения с

экрана. Это подтверждают недавние опросы, проведенные социологическими службами Левада Центр, ВЦИОМ и ФОМ на тему места в жизни россиян прессы, книг (бумажных и электронных), чтения и библиотек.

Например, результаты июльского опроса 2014 г. Левада Центра, проведенного в рамках социологического исследования «Чтение и общество: мониторинг литературной культуры», показал, что постоянно читают *художественную литературу* 1/5 часть россиян, *нон-фикшн* — примерно 1/10; *не читает* художественную литературу более 1/3, а *нон-фикшн* — более 1/2 (опрошено 1600 чел.) [45].

Если учесть результаты майского опроса ВЦИОМ 2014 г. («Что читаем?»), то интенсивность чтения россиян выросла. В среднем они читали 4,55 книги в квартал в 2014 г., 4,23 — в 2013 г., 3,94 — в 2011 г. «Представители старшего поколения читают больше молодёжи: «если респонденты старше 60 лет прочли за последние несколько месяцев в среднем 5,28 книги, то 18-24-летние — лишь 3,56» [46].

В январе 2015 г. ВЦИОМ представил материал «К дню российской прессы», содержащий данные опроса 1600 россиян, проведенного в декабре 2014 г., относительно чтения печатных и электронных СМИ.

77% (3/4) граждан России просматривают *печатные СМИ*. Из них 43% — еженедельно. *Интернет-версии печатных периодических изданий* читают меньше: к ним обращаются 58% респондентов, но доля ежедневной аудитории у них больше (18%), чем у печатной прессы. 80% онлайн-пользователей составляет молодёжь 18–24 летних (против 29% старше 60 лет). Около 3/4 (73%) россиян «не готовы совсем отказаться от бумажных СМИ». Только 17% граждан могут это сделать, и чаще эту решимость выражает молодёжь [17].

В июне 2015 г. ВЦИОМ опубликовал результаты майского опроса на тему «Как пройти в библиотеку? Российские библиотеки продолжают терять аудиторию». Опрос проводился с целью узнать, «какие форматы книг читают россияне, как давно были в библиотеке», и что, по их мнению, «станет с книгохранилищами через 10–15 лет». Сравнивались 2015, 2011 и 2009 гг. Анализ данных опроса свидетельствует о снижении спроса на печатную литературу и рост использования электронных форматов. Сегодня «традиционные» книги читает менее половины российских граждан. Литературные произведения в электронном формате предпочитает 1/6 граждан. Это вдвое больше, чем четыре года назад. В электронной версии литературу читает молодёжь (34%) в возрасте от 18 до 24 лет и высокообразованные (26%) граждане. Аудиокниги выбирают 4% опрошенных, а «61% вовсе их не используют».

Из общего числа опрошенных в 2015 г. (1600 чел.) «в библиотеках когда-либо бывали девять из десяти россиян (89 %)». Из них: 63% (или 2/3) «были там более двух лет назад, 10% — не более двух-трех месяцев назад (среди 18-24-летних — 20%, обучавшихся в вузах — 15%).

33% из числа тех, кто был в библиотеке более полугода назад (77%), и 5%, которые никогда там не были, объясняют это нехваткой времени. У каждого четвертого нет потребности в посещении книгохранилищ, потому что «литературу он читает и/или скачивает в интернете (23%)». За 6 лет число таких пользователей выросло более чем в три раза (с 7% в 2009 г.).

Интересны предложения россиян по привлечению в библиотеки большего числа посетителей. Первое, что надо сделать библиотекам, это разнообразить и обновить книжный фонд. Так думает 28% респондентов. Второе — обеспечить доступ к электронным версиям книг библиотек через интернет (26%); третье — установить в библиотеках компьютеры с доступом к интернету, другим библиотекам (26%) россиян. Четвертое — организовать в библиотеках «культурный досуг» (кружки, лекции). Так

считает 24% опрошенных. О необходимости рекламировать библиотеки и чтение думают 23% россиян. Кроме того, респонденты в возрасте от 18 до 34 лет считают важным, кроме книг, предоставлять в библиотеках «доступ к музыке и фильмам» (22% и 19%), а также предоставить возможность купить в них еду и напитки (19% и 13%).

2/3 россиян не считает, что библиотеки с печатными книгами могут исчезнуть через 10–15 лет, а 1/3 думает, что это произойдет. «Чаще данную точку зрения разделяют жители Москвы и Санкт-Петербурга (41%)» [18].

В августе 2015 г. Фонд общественного мнения (ФОМ) провел телефонный опрос 1000 респондентов на тему «Год литературы и чтения. В России — Год литературы. Станут ли люди больше читать?». Анализ данных показал, что только 14% респондентов знают об этом, 43% — слышат об этом впервые. Кроме того, 41% опрошенных ответили, что там, где они живут никаких мероприятий, посвященных Году литературы, не проводится, а 12% знают, что такие мероприятия проводятся библиотеками. На вопрос о том, увеличит ли проведение в России Года литературы число читающих людей, 38% ответили утвердительно, а 54% — отрицательно. Число лиц, читающих книги регулярно, составило 55% (1/2). Никогда — 21% (1/5). Электронную книгу, планшет, смартфон имеют 67% (2/3) россиян. Чаще всего художественную литературу читает 43% опрошенных лиц, нехудожественную — 29%. Больше всего респонденты любят читать исторические романы (35%), детективы (29%), любовные романы (21%), фэнтези, сказки (21%), стихи, поэзию (20%). Население в равных количествах читает классическую и современную литературу (по 25%). Чаще всего выбирают для чтения русскую литературу (43%). Вывод: рекламная кампания организаторами акции Год литературы 2015 г. проведена слабо. Имеются просчеты в рекламе мероприятий всероссийской акции и со стороны библиотек [7].

Интернет составил серьезную конкуренцию книге как бумажному кодексу [16, с. 93] и библиотеке как организатору «временного общественного пользования документами, прошедшими процедуру введения в общественный оборот» [24, с. 61]. Однако пока бумажные книги имеют достаточно большую читательскую аудиторию, а большинство россиян выбирает печатные СМИ. И это может служить хорошим знаком для библиотек, так как дальнейшее их существование в большей степени зависит от благополучия книгоиздательской отрасли, чем обладания электронными ресурсами, доступными всем в любое время суток и в любом месте (зачем тогда нужны стационарные библиотеки?). Книги стоят дорого, но их можно почитать в публичной или научной библиотеке, а за электронной версией можно не ходить в книгохранилище [21].

Читателями электронных версий произведений художественной литературы является молодёжь от 18 до 24 лет и высокообразованные граждане; интернет-версии печатной прессы выбирает для просмотра та же молодёжь (от 18 до 24 лет).

Специалисты, работающие с подрастающим поколением, пока не видят серьезной угрозы чтению печатных книг и периодики со стороны электронного формата. Наоборот, они считают, что «интернет и новые электронные устройства для чтения поддерживают желание читать, что дает некоторые надежды, если не на прекращение, то хотя бы замедление процесса падения интереса к чтению. <...> Читательская грамотность и чтение сегодня имеют фундаментальное значение для работы с текстом на различных носителях, они тесно связаны и с медиа- и информационной грамотностью, особое значение которой сегодня придается ЮНЕСКО» [47, с. 302—303]. «Для молодёжной аудитории традиционное чтение (книга и журналы) остается привычным и популярным источником знаний. В то же время интернет по интенсивности использования уже обогнал телевидение и тем более радио. Мы рассматриваем этот факт как положительный, поскольку интернет (в отличие от телевидения) является текстовой средой. <...>

Сравнительный анализ целей получения информации из печатных и электронных источников показал, что печатные источники предпочтительны для удовлетворения познавательного интереса». В сферах образования и досуга наблюдается «паритет источников. И вполне оправданно повышение доли электронных ресурсов в решении прикладных проблем за счет доступности информации и оперативности ее извлечения» [3].

Методы и формы продвижения чтения

В советский период дидактический, познавательный, информационный, иллюстративный методы и виды устной, печатной, наглядной и комплексной пропаганды и агитации библиотеки успешно применяли в массовой работе. До настоящего времени при организации культурно-просветительских мероприятий, в той или иной степени, применяются традиционные библиотечные формы: лекции, читательские конференции, встречи с авторами, вечера поэзии, диспуты, викторины, выставки книг, дни информации и специалиста, библиографические обзоры, указатели литературы [22]. Однако в формирующемся информационном обществе с появлением «поколения мультимедиа» их эффективность заметно снизилась на фоне интернета, электронных гаджетов и «индустрии развлечений».

Компьютеризированное общество требует динамичности, образности, ярких впечатлений с элементами игры. Составляющие успешной работы современной библиотеки — наличие компьютеров и других современных технических средств, доступ в интернет, активное взаимодействие с пользователями, социальное партнерство. Включение «в основные социокультурные процессы общества знаний», определяемое полифункциональной природой библиотеки [42], зависит от ее способности модернизироваться.

Десять лет назад библиотеки активизировали деятельность по улучшению своего имиджа и продвижению книги и чтения. Так, например, в 2005 г. некоммерческий фонд «Пушкинская библиотека» провел среди российских библиотек конкурс проектов «Мы и книга», на который поступило более ста проектов. Их содержание продемонстрировало многообразие используемых библиотеками современных методов и технологий продвижения книги: видеосъемка, веб-сайты, CD-ROM и др. [27].

К настоящему времени многие активные библиотеки обновили традиционные («книжные») формы, дополнили свой методический арсенал новыми средствами продвижения чтения, заимствованными из других социальных областей и практик (например, видео- и цифрового маркетинга). В целом, обращение к ним было обусловлено необходимостью трансформации деятельности библиотек для адаптации к новым экономическим условиям и информационному рынку.

На выбор библиотекарем способов (и форм) продвижения качественной литературы (имеющейся в фонде библиотеки) и повышение культуры чтения населения влияет ряд факторов. Основными из них считаются следующие: *особенности аудитории* (демографические характеристики), *способ коммуникации* (прямой или опосредованный техническими средствами), *среда воздействия* (библиотечная, за пределами библиотеки, виртуальная) [22].

Новые методы (и формы) продвижения чтения используются библиотеками, прежде всего, для работы с различными аудиториями (читателей, потенциальных пользователей) в *виртуальной среде* (сеть Интернет). Работа библиотек со смешанной аудиторией за пределами библиотечного здания также стимулировала создание инновационных библиотечных форм.

Известно, что значительную часть активных пользователей сети Интернет составляет молодёжь в возрасте от 18 до 34 лет. Круг их чтения весьма далек от качественного выбора (кроме чтения молодых интеллектуалов [4]). Для библиотек — это потенциальная читательская аудитория, на процесс чтения которой можно повлиять через предложение качественной литературы, тем самым, способствуя личностному росту молодёжи.

Относительно средств, применяемых в виртуальной среде, следует сразу отметить отсутствие у них четких признаков отличия, а также взаимопроникаемость, что объясняется единой физической природой: «В цифровом пространстве нет таких жестких границ между книгой и кино, газетой и веб-сайтом, как было раньше. Медиа блуждают посредством токов от одних форм к другим. Уже давно библиотека начала собирать иные носители — компакт-диски, кассеты, игры, называя это медиатекой. Вряд ли ей удастся достичь универсализма. <...> Тем не менее, не исключен путь медийного плюрализма, если библиотечной системе удастся заявить о себе как об экономике хранения информации, как об институте памяти современной культуры в высокотехнологичной цифровой среде» [21, с. 341].

Для вовлечения в процесс регулярного чтения мало читающих и «нечитателей» из числа юношества, студенчества и молодых взрослых библиотеки кроме текстовой информации чаще прибегают к методам и средствам, основанным на *ИКТ-технологиях* и *технологиях визуальной и мультимедиа культуры*.

К методам **визуальной культуры** относят *фотосъемку* выраженную в форматах фото, слайда («афиша одной книги») и слайд-презентации (например, виртуальная книжная выставка, отчет о конференции, мероприятии, обучающий материал) в динамике; *видеосъемку* — видео-презентации, видеоролика, видеофильма (о книгах, библиотеке, библиотечных литературных мероприятиях и акциях, мастер-классах и др.). Метод **аудиокультуры** — это *аудиозапись* в студии (в помещении), во внешней среде, как сопровождение (голосовое, музыкальное, шумовое) видеоролика, фильма. Форматы и жанры записей разнообразны: беседа, интервью, репортаж с места событий, обзор литературы, чтение вслух произведения литературы, поэзии, драматургии, выступление на литературном мероприятии, конференции, семинаре библиотеки. **Методы мультимедийной культуры** представляют собой комплекс методов, куда входят: текстовая и графическая информации, видеоинформация, аудиоинформация, компьютерная графика, мультимедиа. Синтез информации и технологий представляет собой аудиовизуальную информацию, которая оказывает комплексное воздействие на разные органы чувств человека [11, 15]. **Аудиовидеоинформация** проявляется через такие формы как мультимедийная презентация, буктрейлер, виртуальная книжная выставка, обзор литературы, цифровой фильм и др.

Текстовая информация о литературе, книгах и чтении распространяется через сайт библиотеки и в форме текстовых сообщений через e-mail, RSS канал новостей. Аудиовидеоинформация о книгах и чтении может продвигаться не только через библиотечный сайт, но также посредством цифровых СМИ, видео- и цифрового маркетинга (www.termin.bposd.ru/publ/3-1-0-31826; www.management.com.ua/marketing/mark225.html), блогосферы и соцмедиа, литературных интернет-сообществ (например, клубы «фанатов», любителей творчества писателей, чтения). Перечисленные методы выражаются в формах:

- **цифровые СМИ**: анонсы о книгах и литературных мероприятиях библиотек на радиоканалах, в бегущих строках, всплывающих окнах, баннерах каналов TV, новостных интернет-порталов;

- **видео- и цифровой маркетинг (реклама, PR):**

- **видеомаркетинг:** реклама литературных, нон-фикшн ресурсов, услуг и сервисов библиотек в виде видео- и мультимедиа (видеопрезентации, видеоролики, в том числе вирусные) и в стиле инфографики (визуальное представление информации) в библиотечной среде и вне, в виртуальной (на сайте библиотеки, ее странице в соцмедиа); опросы, интервью о чтении читателей и «нечитателей» среди участников мероприятий библиотеки, читательских интернет-сообществ и участников форумов;

- **цифровой маркетинг:** онлайн связь с потребителем: с целью продвижения качественной литературы из фондов библиотеки (интервью, беседы, опросы, конкурсы и викторины в онлайн); исследования потребностей целевых аудиторий блогосферы и соцмедиа о чтении, услугах библиотек;

- **блогосфера и соцмедиа:** онлайн связь с потребителем: рецензирование литературы, консультирование, сопровождение чтения, беседы и подготовка рекомендаций о чтении, опросы; конкурсы и викторины (онлайн) и др. Хотя эти каналы еще в недостаточной степени используются библиотеками для продвижения качественного чтения [35].

Перспективными для библиотек в плане продвижения чтения являются **мобильная связь и QR-коды** («дополнительная реальность»). Мобильная связь обеспечивает прямую текстовую и голосовую связь с потребителем. Чаще всего библиотеками она используется для пересылки текстовых сообщений (sms) о задолженностях книг. С ее помощью можно оповещать пользователя о новой литературе, поступившей в библиотеку (по предварительной подписке), пересылать краткие фрагменты текстов книг [26], короткие видео (при соблюдении авторского права), анонсы предстоящих литературных и др. мероприятий. Информация в графической картинке, или QR-код, — новый для библиотек способ продвижения образа библиотеки, ее фонда. QR-коды могут применяться библиотеками в качестве ссылок на электронные ресурсы организаций/учреждений (сайт, страницу в социальной сети, блог), например, в открытом, специально подобранном для читателей фонде художественной или нон-фикшн литературы, а также в их выставочной и экскурсионной работе [32].

Для пробуждения интереса к чтению библиотеки привлекают и психологические методы воздействия на личность (сообщество), используя, например, такое человеческое качество, как любопытство, за счет событийности и производства как можно большего количества «интересного контента» (яркого, нестандартного по форме, с элементами интриги) [20]. Средства и способы работы, применяемые в искусстве, дизайне, шоу-бизнесе, моде, молодежной субкультуре, праздничной культуре, курортном и ресторанном деле, могут быть продуктивны в работе библиотек по приобщению к чтению «новых» и возрастных читателей, если при этом использовать **композитный подход** [23, с. 22]. Например, «революционные» способы организации внутреннего пространства, когда, на первый взгляд, «человеческая модель библиотеки» (учитывающая и отвечающая на многообразие человеческих потребностей), мало сочетается с общепринятым понятием «тихая библиотека». В настоящее время, библиотеки (в первую очередь юношеские и детские) выделяют специальные зоны «шума». Здесь, можно лежа читать, громко говорить, читать вслух, играть, музицировать [14]. А в идеальном варианте — где с группой единомышленников можно обсудить прочитанное за чашкой кофе (с мороженым и т.п.), поговорить с любимыми авторами (в библиотечном литературно-книжно-авторском кафе) [39; 14].

Не все специалисты в области чтения приветствуют соединение литературы и еды в коммерческих целях. Тревожит тот факт, что писатели, их произведения становятся «успешными торговыми брендами отелей, ресторанов, блюд меню, вещей...» [41].

В октябре 2015 г. в Москве прошел очередной фестиваль русской кухни «Литературные дегустации» (в рамках информационного проекта «Пир»). Во время работы фестиваля 35 московских ресторанов предлагали блюда, позаимствованные из 25 произведений русской классики [30]. С точки зрения композитного подхода, это не только коммерческая уловка, но и своеобразный способ продвижения литературной классики. Возможно, люди из ресторана, никогда не были в библиотеке, но есть вероятность появления интереса к книге В. Гиляровского «Москва и москвичи». Или, попробовав «утрибки и мнишки», они заглянут в «Повесть о том, как поссорились Иван Иванович с Иваном Никифоровичем» Н. Гоголя, или посмотрят ее экранизацию.

Библиотеки стараются не отставать в этом вопросе (коммерция здесь не основное): в их помещениях стали появляться кофе-автоматы, а в «Свердловской областной библиотеке им. В.Г. Белинского есть буфет “У Виссариона”». Несомненно, «кафе в библиотеке — это символ комфорта, внимания к человеку» [39, с. 270], но при этом умелое использование бренда, превращает обыденный библиотечный буфет в эксклюзивный. Это тоже привлекает читателей, стимулирует потребность читать именно здесь.

Использование композитного приема можно наблюдать в названии нового мероприятия, когда совмещаются форматы мероприятий, используемые разного профиля институтами, например, литературно-художественный десант (культура и армия), поэтический турнир «Стихоборье», буккросинг (литература и спорт), фестиваль-исследование (искусство и наука), арт-инъекции (искусство и медицина).

Массовая работа библиотек с населением строится во многом с учетом **методов социальной психологии** [22]. Применяется эмоционально-психологическое воздействие в виде принуждения, убеждения, подражания, «заражения», а также вовлечение через игры (командные, индивидуальные, игровые тренинги) и нестандартную среду (формы работы на улице, в городской, парковой среде и др.). Библиотеки используют социальную рекламу в традиционных СМИ — сообщения о мероприятиях в местной печати, на локальных каналах телевидения и радио; среди населения распространяется рекламная печатная продукция. Это красочные необычной формы листовки, закладки, буклеты с книжной тематикой. Используются приемы наглядной и устной уличной агитации — броские растяжки, плакаты, прокламации с меткими фразами («слоганами») — призывами к чтению, а также устные лозунги и воззвания. Например, изготавливаются плакаты с изображением выдающихся представителей литературы, культовых персонажей, литературных героев за чтением или говорящих о чтении, о его престижности, с учетом специфики аудитории. Для того, чтобы убедить «нечитающие» группы населения в пользе чтения библиотеками проводятся пиар-акции: шествия (демонстрации, парады), манифестации, автопробеги с красочной символикой, театрализованные мероприятия (хеппенинги, флешмобы и т.п.), конкурсы, интервьюирование, вручение подарков с брендом мероприятия; организуются комплексные мероприятия (типа «Библионочь») и др.

Участие библиотеки в долгосрочных и комплексных программах (федерального, регионального и муниципального уровня) по продвижению чтения (например, фестивали книги и чтения, литературные конкурсы, недели чтения и книжные ярмарки, конференции, посвященные чтению и книге и т.п.), реализация собственных проектов с использованием **социального партнерства**, способствуют повышению значимости библиотеки как участника социального проектирования. Мероприятия, реализуемые библиотеками в партнерстве с властными и бизнес структурами, общественными организациями, добровольными помощниками (волонтерами), позволяет им комплексно решать поставленные задачи.

Аудиовизуальные средства в библиотеках

Методы и средства *визуальной и мультимедиа культуры* применяются многими библиотеками в работе по продвижению чтения и книги. Фото- и видеосъемка используются при подготовке фото- и слайд выставок в динамике, видеороликов, видеофильмов. Мультимедийная технология — комбинация видео, звуковой, графической, текстовой информации и анимация — при создании презентаций и буктрейлеров.

Библиотеки заказывают и снимают собственную фото-, видео- и мультимедийную продукцию: слайд-презентации (последовательный показ слайдов с автоматической сменой кадров и устным комментированием), мультимедийные презентации; видеофильмы и видеоролики [32]. Продукция библиотек освещает комплексные проекты, крупномасштабные акции, отдельные мероприятия, посвященные продвижению книги и чтения (включая учебные). Аудиовидеопродукцию библиотеки используют во время проведения традиционных мероприятий, демонстрируя их на экранах телевизионных и плазменных в помещении библиотек, во время выездных акций, выставляют на сайт библиотеки, в социальные сети, блоги, видеохостинги (YouTube и др.) и на телевидении.

Буктрейлеры — новая социальная практика

В последние годы в деятельности библиотек регионов и муниципальных образований по продвижению чтения получили распространение короткие видеоролики (буктрейлеры), снятые для информирования населения о книге. В анонсе очередного (четвертого) Всероссийского конкурса буктрейлеров, который проводился Агентством логистики идей «Интегрум» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в рамках Года литературы, им дана следующая характеристика: «Буктрейлер — это яркий краткий (до 4 мин.) видеоролик, визуализирующий самые запоминающиеся моменты литературного произведения, мини-экранизация книги. <...> Съемки буктрейлеров в последние годы стали популярны в России: эти ролики смело можно назвать новым видом искусства, сочетающим в себе литературу, кино, рекламу и интернет-технологии» [40].

Буктрейлер — новая социальная практика (при его создании используются технологии вирусного маркетинга). Инструментом ее институционализации и популяризации, эффективной формой привлечения читателей (в основном, молодёжи) к созданию буктрейлеров выступают конкурсы, которые инициируются в большей степени региональными библиотеками [35]. В создании буктрейлеров принимают участие и библиотекари.

На портале «Чтение-21» (chtenie-21.ru), в разделе «Буктрейлеры», выставлено несколько видеороликов, подготовленных библиотеками в 2013–2015 гг., доступных на YouTube: «Красное вино победы» Е.И. Носова (первое место в конкурсе буктрейлеров, организованном ЦБС г. Железногорска Курской области к 70-летию победы в Великой Отечественной войне); «Берберова Н. Чайковский» (буктрейлер из видеопроекта библиотек Владимирской области «BookStory. Смотрим, читаем, размышляем...»); «Сергей Довлатов. Компромисс» (необычный видеоролик — реклама книги С. Довлатова представлен Библиотекой им. М. Горького г. Екатеринбурга, снятый на заседании секции РБА с участием сотрудников школьных и муниципальных библиотек Уральского ФО, проходившего в библиотеке 19 октября 2011 г.); «Кургузов О. Селедка на свободе» (первое место мини-конкурса буктрейлеров, созданных библиотекарями в рамках обучающего семинара «Детские библиотеки в виртуальном пространстве», г. Самара).

На том же портале, в разделе «Видео по продвижению чтения» (под рубрикой «Новые форматы продвижения книги и приобщения к чтению в молодежной среде») представлены: авторское видео и видео библиотек, телеканалов, издательств (на YouTube) Среди них — буктрейлер «Библиотека нового формата» Центральной городской библиотекой им. А.С. Пушкина г. Каменска-Уральского (Свердловская обл.); видео «Как создать буктрейлер» библиотеки ВГТУ; видео «Обзор книг» ГБУК РК Библиотека для молодежи; мультфильм «Гутенберг и книгопечатание» Анимационной студии ДЮК «Шанс», подготовленный к юбилею Библиотеки им. М. Горького г. Екатеринбурга; буктрейлер «О новой революционной книжной серии» Издательства «Эксмо» (Официальный канал № 1 в России), «Передача 1. Новые технологии в вопросах продвижения книги» Первого образовательного канала.

Некоторые исследователи отмечают, что «потенциал социальных сетей для читателей не используется создателями буктрейлеров. Упоминаются они только в новостях (если лента новостей есть на сайте)» [35].

Примеры библиотечной практики использования мультимедиа: Псковская областная универсальная научная библиотека (ПОУНБ) создала собственный видеоканал с помощью YouTube.com, на котором представляет 26 видеороликов в форматах: видеолекции, видеоэкскурсии по выставке, буктрейлера, фото- и видеоотчета, видеодоклада, видеопрактикума. Кроме того, библиотека создала семь блогов, на страницах которых информация представлена в мультимедийной форме. Ряд блогов непосредственно созданы с целью социального партнерства и продвижения чтения. Например, блог «*Идеальное партнерство*», на страницах которого представлен каталог спонсоров, партнеров и волонтеров, которые помогли библиотеке в реализации ряда проектов; блог «*Осень в Михайловском*» создан в рамках межрегионального фестиваля по продвижению книги и чтения «Осень в Михайловском», на котором размещаются доклады предыдущих встреч, и глянецовый мультиблог «*О книгах и не только...*» (по аналогу с гляцевым журналом), созданный с целью популяризации книги и чтения, продвижения ресурсов библиотеки. В созданном пространстве можно получить информацию о книгах и событиях, происходящих в библиотеке и читающем мире, поучаствовать в опросах, а также отдохнуть, посещая виртуальные выставки, посмотреть буктрейлеры, либо прослушать аудиокниги и аудиолекции [20].

На сайте МБУК «Ельнинская МЦБС» (г. Ельня, Смоленская обл., elnya.library67.ru) имеются разделы «Фотогалерея» и «Мультимедиа». Первый из них отражает культурно-просветительскую деятельность библиотек с использованием традиционных форм (литературные вечера, часы, посвященные юбилейным датам писателей). Во втором — представлены видео-презентации, буктрейлеры (просмотр в YouTube). Две презентации посвящены МБУК «Ельнинская МЦБС» — «Открытие летнего читального зала “Библиотека под зонтиком”» и «Работа и закрытие летнего читального зала “Библиотека под зонтиком”». В комментарии к первой презентации сказано, что открытие летнего сезона библиотеки состоялось в канун Общероссийского дня библиотек, в рамках областного фестиваля «Читающая Смоленщина». Третье видео отражает работу Ельнинской центральной детской межпоселенческой библиотеки. На сайт выставлены два буктрейлера с рекламой книг В. Крапивина «Дети синего фламинго» и А.Р. Беляева «Голова профессора Доуэлла».

Продвижение чтения с помощью электронной рекомендательной библиографии

С внедрением ИКТ в библиотечную деятельность, выходом библиотек в интернет, у них появилась возможность воссоздания с помощью электронных средств ряда традиционных профессиональных практик. В последние годы библиотеки чаще стали

размещать на сайтах, в блогосфере и соцсетях информацию рекомендательного характера в новых форматах [33]. Причина подобного явления объяснима. Большие потоки информации, циркулирующие в интернете, плохо структурированы. Разнообразные ресурсы, представленные на сайтах издательств, библиотек, книжных магазинов, других организаций чаще дезориентируют пользователя, чем помогают ему при поиске нужной книги. Поисковые машины выдают в ответ на запрос много лишней информации, требующей дополнительного отбора. Пользователь заинтересован в быстром получении информации о литературе, отвечающей его потребностям, нуждается в руководстве чтением, в консультации квалифицированных экспертов (библиотекарей, критиков, блогеров, других читателей), отслеживающих потоки литературы и следящих за литературным процессом. Продвижение именно ценной литературы одна из главных задач рекомендательной библиографии. Для того, чтобы помочь читателю (пользователю) библиографы размещают на сайтах и в социальных СМИ упреждающую информацию о книгах. В библиотечной веб-среде создаются пособия, близкие традиционной рекомендательной библиографии. Рекомендательный характер имеют и большинство создаваемых мультимедийных электронных библиографических ресурсов. «У рекомендательной библиографии — не образовательные задачи, и тем более не научные. Но это профессиональная деятельность, и главные ее задачи лежат в области просветительства и популяризации книги и чтения» [33, с. 31—32]. Рекомендательная библиография направлена на формирование системы чтения, целостного представления о литературном процессе. В рекомендательной библиографии сформировались собственные жанры: беседы о книгах, календарь знаменательных и памятных дат, круг чтения, план чтения, листовки. Среди рекомендательных пособий и изданий выделяют малые формы: это листовки-закладки, памятки, плакаты и др. Они содержат небольшое количество книг и статей, и «рассчитаны на конкретный эффект рекомендации и пропаганды» [33, с. 33].

Примеры новых форм представления рекомендательной библиографии в веб-среде: афиша одной книги (рубрика сайта «Книга месяца», Кемеровская ОУНБ); разделы сайтов рекомендательного характера: «Будь в тренде: Читай!» (МИБС г. Новокузнецка), «Советуем почитать» с рекомендациями, фрагментами текстов, видеороликами (Белоярская ЦРБ Свердловской обл., beloyarlib.ru), «Читальня» с книжными рецензиями, оформленными в виде слайд-презентации в динамике (Новосибирская ГОНБ, ngonb.ru); обзор новых (актуальных) книг «Это читают» и книжная видеотека (Кемеровская ОУНБ); информационный бюллетень «ЛитГид» (Тверская ОУНБ) [33, с. 33].

Новые форматы продвижения чтения в практической деятельности библиотек в акции Год литературы 2015 в России

Роль Центров чтения в продвижении качественного чтения через сайты библиотек

По данным портала «Чтение-21» [chtenie-21.ru/] в настоящее время 36 региональных библиотек России создали в своем составе Центры чтения (Центры). Их названия в регионах России варьируются (например, Региональный центр книги Архангельской ОУНБ им. Н.А. Добролюбова, Региональный центр чтения «Читающий мир» Ставропольской КУНБ им. М.Ю. Лермонтова, Центр чтения «Мир книги» Алтайской КУНБ и т.п.). Центры чтения регионов часто называют «инновационным инструментом продвижения книги и чтения в обществе» [43].

В соответствии с Положениями о работе Центры ведут наблюдение за развитием литературного процесса в мире, России и регионе, проводят исследования состояния чтения, осуществляют мониторинг инициатив библиотек в области поддержки книги и

продвижения чтения, обобщают опыт и готовят соответствующие рекомендации. Они ориентируют читателей в потоке художественной и нон-фикшн литературы, организуют и проводят просветительские мероприятия, посвященные истории художественной культуры, событиям современного литературно-художественного, отдельным авторам для всех категорий граждан. Центрам чтения (в составе методических или других отделов) выделены отдельные страницы на сайтах региональных библиотек (далее сайты Центров). Ряд библиотек не имеют в своем составе специального подразделения, занимающегося продвижением книги и чтения. Обязанности поддержания виртуального Центра чтения на сайте распределяются между различными подразделениями библиотек.

В 2015 г. на сайтах Центров, где выставлены областные литературные ресурсы и информация о литературном процессе, были введены новые рубрики и ссылки, касающиеся региональных инициатив библиотек в рамках акции Года литературы 2015 в России (Год литературы). Кроме того, на страницах Центров размещались ссылки на портал «Чтение-21», а также информация о планируемых всероссийских акциях (проектах) Года литературы и оперативная информация по результатам состоявшихся мероприятий.

Из общего числа сайтов региональных библиотек, создавших страницы Центров чтения, можно выделить одни из первых — Тверской центр книги и чтения ТОУНБ им. А.М. Горького (c-book.tverlib.ru) и Региональный центр чтения Псковской области ПОУНБ (biblio.pskovlib.ru), — поддержанные НФ «Пушкинская библиотека». Особо выделяется Виртуальный центр чтения «Читающая Брянщина» БОНУБ им. Ф.И. Тютчева (libryansk.ru/chitayuschaya-bryanschina/20903), который был создан в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения, а в 2014 г. [6] определен в качестве экспериментальной площадки, с целью отработки проектов чтения для их дальнейшего внедрения в регионах России. Из созданных сравнительно недавно (с 2009 г.), активно действует сайт Центра книги и чтения Новосибирской ГОНБ (ngonb.ru/activities/clubs_and_centres/tsentr-knigi-i-chteniya/). Информация сайтов Центров в разной степени характеризует деятельность областных библиотек в продвижении чтения через участие во всероссийских и региональных акциях Года литературы.

Среди заметных базовых ресурсов сайта *Тверского центра книги и чтения*, выделяются «Электронная библиотека “Тверские авторы”», «Новинки в фонде библиотеки» и ранее упомянутый информационный бюллетень «ЛитГид». Из числа крупных региональных проектов Года литературы, заявленных на сайте Центра, — Межрегиональная книжная выставка-ярмарка «Тверской переплет» — первая в истории региона. Ее организаторы — редакция газеты «Тверская жизнь» и Тверская областная библиотека. Основная цель мероприятия — популяризация книги и чтения как средства современного проведения досуга. Наряду с многочисленными площадками выставки-ярмарки организован круглый стол «Книга в современном мире: быть или не быть?» (c-book.tverlib.ru/node/448). Кроме того, на сайте Тверского центра книги и чтения, как и на сайтах ряда Центров других областных библиотек (например, Регионального центра чтения Псковской области), проводился опрос среди их читателей о любимых книгах на тему Великой Отечественной войны, организованный НФ «Пушкинская библиотека» по заказу Минкультуры РФ. Следует отметить, что Тверской центр книги и чтения имеет страницу на информационном ресурсе Google.

Региональный центр чтения Псковской области — структурное подразделение Центра культурных программ ПОУНБ. Его цель — «обеспечение всестороннего информационного взаимодействия библиотек Псковского региона, поддержка интереса к чтению у различных слоев населения» (biblio.pskovlib.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=39).

Из базовых региональных ресурсов можно выделить «Псковский литературный портал» и раздел «Литературный процесс». В этом разделе сообщалось о Всероссийской акции «Занимайся чтением», на которой демонстрировались «выразительно умные плакаты». На сайте были выставлены фото трех из них, на которых представлялись русские классики в спортивных костюмах. На первом плакате Л.Н. Толстой с кожаным мячом в руках, призывал: «Не сдавайся — на 500-й странице откроется второе дыхание». На втором — А.С. Пушкин со свистком, поднесенным к губам, советовал: «Начинай с небольших текстов, постепенно увеличивай нагрузку». Третий плакат представлял идущего с секундомером в руке А.П. Чехова, который рекомендовал: «3 подхода по 7 страниц ежедневно и — результат заметен через неделю».

Из внешних ресурсов Центра, представленных под рубрикой «Что читать?», привлекают внимание видеообзоры «самых интересных и актуальных книг» с Николаем Дубининым (russia.ru/program/chto_chitat/). Данный ресурс доступен через любую социальную сеть.

В рамках Года литературы Центр чтения организовал областной литературно-краеведческий фестиваль-конкурс имени Е.А. Изюмова «У каждого в судьбе своя звезда...», посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне.

Кроме того, Центр активно участвовал во многих виртуальных общероссийских проектах, в том числе в «Акции #ГодЛитературы в социальных сетях». К юбилеям писателей готовились сообщения, которые затем размещались в группах «Biblioplace — территория Псковского чтения» и «Литературный Псков» (biblio.pskovlib.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1106:2015-10-22-11-56-09&catid=24:2010-08-07).

Виртуальный центр чтения «Читающая Брянщина» является одной из информационных структур сайта Брянской ОНУБ. Его деятельность осуществляется за счет распределения обязанностей среди структурных подразделений библиотеки. Цель создания Центра — продвижение и развитие чтения среди читающего и не читающего населения, повышение статуса книги. Здесь читатель (пользователь) может узнать обо всех мероприятиях библиотеки, связанных с книгой и чтением.

Из основных ресурсов, представленных Центром, следует отметить «Книжные новинки» (архив с 2008 по 2012 гг.), рубрики «Выбор читателя» и «Писатель рекомендует». В последней рубрике (libryansk.ru/pisatel-rekomenduet.23250/) размещаются списки литературы, рекомендованной к чтению одним из писателей. Рубрика «Выбор читателя», дает возможность познакомиться с книгами-лидерами читательского спроса с 2008 по 2015 гг. Дважды в год на этой странице выставляются результаты — лучшая пятерка года — анализа читательского спроса современной художественной литературы в отделе абонемента (libryansk.ru/vybor-chitatelya.21073/).

Здесь же представлен проект «Литературная карта Брянщины», представляющий литературную жизнь края. Он является частью всероссийских интернет-проектов «Литературная карта России» и Новая литературная карта России (их формирование началось в период подготовки к Году культуры и продолжилось в Год литературы). «Литературные карты» создаются на сайтах практически всех региональных библиотек.

Деятельность *Центра книги и чтения* (ngonb.ru/activities/clubs_and_centres/tsentr-knigi-i-chteniya/) Новосибирской государственной областной научной библиотеки (НГОНБ) направлена на повышение статуса книги, чтения, библиотек и должна способствовать развитию читательской культуры. Одной из задач Центра является «создание и поддержка страниц Центра на сайте областной библиотеки и в социальных сетях, с целью информирования населения о мероприятиях библиотеки и Центра, о книжных новинках и новых именах в литературе». Сотрудники Центра занимаются

«продвижением книги и чтения, организацией различных социокультурных событий». Например, подготовкой и проведением Всероссийского литературного фестиваля «Белое пятно», который в 2015 г. стал одним из ключевых событий Года литературы. Его задача — объединение разных писателей: опытных мастеров слова с большими тиражами и популярных блогеров, которые «нашли свою аудиторию».

Силами Центра проводятся просветительская акция «Подари книгу» и акция «Час чтения», а также ряд других мероприятий (ngonb.ru/activities/clubs_and_centres/tsentr-knigi-i-chteniya/?show=projects). Проект «Подари книгу» — это движение в поддержку культуры чтения и пропаганды образа читающего человека. «Цель и задачи проекта — привлечь внимание общества к чтению и библиотекам; организация цикла публичных выступлений известных личностей в учреждениях культуры; формирование в библиотеках книжных коллекций качественной рекомендованной литературы; пропаганда чтения через обмен читательским опытом». В проекте «Час чтения» книги читают новосибирские актеры, писатели, профессиональные чтецы. По окончании каждого чтения профессиональные филологи комментируют языковую, литературную, художественную и эстетическую ценность произведения. Аудиозаписи чтений выкладываются в свободном доступе на сайте библиотеки.

Центр размещает свою информацию на ряде информационных порталов, среди которых «Сибкрай.ру», «Академия новостей», «Press agenda», «Новосибирская открытая образовательная сеть».

Отдельные проекты библиотек в Год литературы

Челябинская областная универсальная научная библиотека (ЧОУНБ, chelreglib.ru) реализовала в Год литературы ряд мероприятий. Среди них ТВ-проект «Я читаю!» и Литературный календарь «Читайте лучшее с нами!» и др.

Проект «Я читаю!» реализован Министерством культуры Челябинской области совместно с ЧОУНБ и 31 каналом телевидения. В телепроекте известные люди города делились впечатлениями о прочитанном произведении классической литературы. Шедевры русской и современной классики, а также лучшие произведения современных авторов читали люди разного возраста и разных профессий. На сайте библиотеки представлены видеозаписи интервью.

Литературный календарь «Читайте лучшее с нами!». В основе данного проекта положена идея продвижения к читателям изданий из фонда художественной литературы. Ежедневно библиотека предоставляла читателям книги из этого фонда, которые распределялись по категориям: «Сегодня — день рождения любимого автора». «Новинки Публички», «Бестселлеры в Публичке»; #Лит Weekend. Все читатели имели возможность заказать понравившуюся книгу в библиотеке или почитать ее онлайн в Библиотеке ЛитРес (с сайта ЧОУНБ можно перейти на Библиотеку и сайт ЛитРес).

Оренбургская областная универсальная научная библиотека (ООУНБ, orenlib.ru) им. Н.К. Крупской совместно с Союзом российских писателей в рамках Года литературы провела несколько раундов поэтического турнира «Стихоборье». Цель мероприятия — открытие новых имен, содействие общению начинающих авторов с признанными мастерами слова, установление контактов между творческими коллективами и отдельными авторами.

Областная библиотека организовала в 2015 г. литературно-художественный десант «Время читать» в ряде сел Оренбургской области. Этот библиотечный проект был направлен на поддержку престижа чтения. Он способствовал расширению культурного и читательского кругозора жителей Оренбуржья, повышению профессионального уровня

библиотекарей, развитию устойчивых контактов с учреждениями и организациями, заинтересованными в популяризации чтения и библиотеки. Сотрудники библиотеки представили жителям сёл видеоролики о работе центральной библиотеки и областной полиэтнической детской библиотеки, электронную презентацию комплекса информационно-библиотечного обслуживания (КИБО), подарили комплекты литературы.

Национальная библиотека Республики Карелия (library.karelia.ru) реализовала проект «Читка» в рамках Года литературы. «Читка» — современный способ представления авторского текста. Во время мероприятий, проходивших в здании республиканской библиотеки, карельские писатели — поэты, прозаики, драматурги, эссеисты — знакомили читателей со своими новыми произведениями. Чтение произведений сопровождалось музыкой и видео. В рамках проекта предполагалось открытие Театра Драматурга, Театра Прозаика, Театра поэта и Театра Эссеиста.

Магаданская областная универсальная научная библиотека (МОУНБ, mounb.ru) им. А.С. Пушкина в рамках Года литературы провела Конкурс художественного перевода и конкурс «Колыма литературная». Литературный конкурс способствовал выявлению лучших художественных произведений, посвященных краю, выполненных начинающими непрофессиональными авторами, повышению интереса к истории и сегодняшнему дню Колымы.

Астраханская областная научная библиотека (АОНБ, aonb.astranet.ru) им. Н.К. Крупской в рамках Года литературы реализовала проект «Успешные люди читают», суть которого состояла в привлечении внимания к чтению, посредством информирования общественности о разнообразии литературных интересов, вкусов известных астраханцев, занятых в разных сферах деятельности. В процессе реализации проекта исследовался рейтинг чтения как одно из условий пошагового карьерного роста в жизни конкретных успешных людей.

На сайте Белоярской центральной районной библиотеки (Свердловская обл.) опубликована информация (Положение) о конкурсе буктрейлеров «С юбилеем, Книга!» который библиотека проводила в Год литературы, с целью продвижения книги и чтения средствами визуальной культуры среди населения Белоярского городского округа (beloyarlib.ru).

Централизованная библиотечная система Канавинского района города Нижнего Новгорода в Год литературы реализовала проект «Вокруг света за 80 книг» (book-hall.ru/proekt-goda/vokrug-sveta-za-80-knig-god-2015). Куратор проекта — Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы им. М.И. Рудомино. Проект представлялся в виде политической карты мира, где при выборе одной из стран на экране появлялся перечень произведений писателей этой страны. Участником проекта мог стать каждый, кто написал рецензию, отзыв, эссе, создал буктрейлер или записал видео с чтением отрывка одной из представленных книг.

Молодёжные проекты по поддержке чтения: сибирский опыт

В *Минусинской центральной городской библиотеке (МЦГБ) им. А.С. Пушкина* (г. Минусинск, Красноярский край) работает (с 2012 г.) общественное объединение «БАММ» (Блог активной медиа-молодёжи Минусинска).

БАММовцы являются участниками и победителями образовательной программы «PRO-движение чтения» (beloyarlib.ru/publ/nashi_konkursy/pro_dvizheniee chteniya/17-1-0-478), организованной Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, НФ «Пушкинская библиотека» и интернет-порталом «Чтение-21» (2013 г.). Программа

Источник: *Библиотека в эпоху перемен. — 2016. — Вып. 1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/BEP/2016/01/2016-01_bep-1.pdf*

была направлена на вовлечение подростков в процесс продвижения книги и чтения с помощью мобильных устройств, социальных сервисов и сетевого взаимодействия». В 2014 г. БАММ выиграл конкурс «Социальное партнерство во имя развития» с проектом «Экспериментальный арт-модуль “Видео-размышления о книгах”». Проектом предусматривалось создание мультимедийных видеофильмов и буктрейлеров, которые (по замыслу создателей) должны вызвать у молодёжи интерес к чтению отечественной и зарубежной классики и творческому осмыслению прочитанных произведений. Первые буктрейлеры были сняты по произведениям Ф.М. Достоевского «Бесы», Н.В. Гоголя «Портрет» и выставлены в социальной сети «ВКонтакте».

Главная особенность объединения состоит в том, что БАММовцы предлагают молодым людям формы досуга, ориентированные на самообразование и культурное самосовершенствование. В арсенале их средств арт-инъекции, фотоплэнеры, флешмобы — «вспышка толпы», леттеринги (рисование словами, графический рисунок начертаний букв и знаков), музыкальные флэшмобы в автобусе и супермаркете. Участники объединения через акции, конкурсы, дискуссии на форумах, буктрейлеры доказывают социальную ценность чтения. В их «репертуаре» — флешмоб «Время читать», фотоквест «ОБЪЕКТИВная литература», акции «БАММ-БУК», «Best Book», «Библиолужайка», буккроссинг, международная акция «Читаем детям о войне» и др. [9].

Сотрудники *Компьютерной библиотеки БУ г. Омска «Омские муниципальные библиотеки»* — инициаторы проекта по продвижению чтения среди байкеров и автомобилистов. Для реализации проекта была разработана рекламная символика в виде предупредительного дорожного знака в красном треугольнике с надписью на белом фоне «Я люблю читать!». Были изготовлены яркие флаг и наклейки на автомобили с этой символикой.

В акции — автопробеге по улицам г. Омска приняли участие 30 любителей на автомобилях и мотоциклах. Отношение к чтению участники проекта подтвердили, наклеив эмблему проекта на свое транспортное средство. Благодаря необычной форме проект привлек к себе внимание окружающих людей, вызвав сначала удивление, а потом и одобрение акции по поддержке чтения и интеллектуального досуга, «потому, что таким способом рекламируют что угодно, только не книгу и библиотеку». При общении с авто- и мотолюбителями, которые не принимали участие в автопробеге, участники разясняли им цели автопробега, после чего многие из них присоединились к акции, наклеив эмблему на свои автомобили и мотоциклы, став добровольными распространителями чтения среди омичей. В ходе акции всем желающим были подарены стикеры с надписью «Я люблю читать!».

После окончания акции, отзывы о ней сразу появились в социальных сетях («Instagram» и «ВКонтакте»). К акции Омска присоединились активисты других городов: автопробеги были организованы в Москве, Екатеринбурге, Челябинске и в Ямало-Ненецком АО (г. Тарко-Сале) [48].

Выводы. На основе выявленных материалов печатных изданий и интернет-источников, в которых отражена современная картина чтения в России и деятельность библиотек по его продвижению, можно сделать следующие выводы:

- в состоянии чтения населения России произошли небольшие подвижки в лучшую сторону (в количестве читаемой книжной продукции). Однако, если исходить из показателя «что читают» (качество чтения), население по-прежнему предпочитает классике потребление продукции «масскультового» содержания. Постепенно снижается чтение книги в печатном виде и растет — в электронном (отчасти за

счет естественной смены поколения мигрантов электронной среды мультимедиа поколением). Хотя больше 2/3 россиян имеют электронные средства чтения с экрана (электронные книги, смартфоны, планшеты), печатные издания пользуются устойчивым спросом россиян любых возрастов в познавательных целях, электронные — в прагматических;

- по мнению российских граждан, публичные библиотеки нуждаются в скорейшем обновлении фондов, в оснащении их современным компьютерным оборудованием с выходом в интернет. Кроме того, необходимо создать в библиотеках условия для «культурного досуга». По мнению молодёжи, кроме доступа к текстovým источникам, в них надо организовать доступ «к музыке и фильмам», а также создать комфортные условия для питания;
- публичные библиотеки регулярно информировали население о всероссийских и региональных акциях на своих сайтах (или страницах Центров чтения). Они активно привлекали к участию в федеральных проектах, например в форме голосования, своих читателей (пользователей); знакомили их с творчеством классиков литературы и современных писателей (например, громкие публичные «Чтения» произведений);
- в продвижении книги и чтения в электронной среде библиотеки активно используют новые форматы представления рекомендательной библиографии (видео- и мультимедиа обзоры книг, слайд-презентации, рекомендательные страницы на сайтах, сервисы в соцсетях и др.);
- библиотеки осваивают мультимедиа технологии, процессы изготовления соответствующих продуктов (видеопрезентаций, видеороликов, видеофильмов), служащих продвижению не только книг и чтения, но самих библиотек. Большую популярность и распространение в библиотечной среде получает новый медиапродукт — буктрейлер. Они используют видеоролики в продвижении чтения через свои сайты, в блогосфере, соцсетях, на других интернет-площадках (например, YouTube). Для продвижения чтения используются также возможности цифровых СМИ, маркетинга, блогов и социальных сетей. Однако потенциал последних библиотеками использует пока недостаточно (мало создано сервисов для читателей; создатели буктрейлеров плохо продвигают свои продукты на эти интернет-площадки);
- для продвижения чтения библиотеки практически не используют такие перспективные направления как мобильная связь и QR-коды. Несмотря на загруженность у пользователя, по мнению специалистов, свободными для чтения остаются около 10 минут в день [26]. Поэтому, передача информации о новых поступлениях книг, небольших фрагментов текстов, коротких видео, при организации предварительной подписки с соблюдением авторского права, в перспективе вполне осуществима для библиотек. Целесообразность использования QR-кодов в конкретной библиотеке требует дополнительного исследования;
- в продвижении литературной и нон-фикшн частей своих фондов в различные группы читателей и «нечитающих» россиян, и в виртуальной, и в реальной средах, публичные библиотеки используют способы эмоционально-психологического воздействия, например, вовлекая в процесс чтения через игровые, интерактивные формы, стимулирующие творческие способности пользователей (конкурсы, викторины, квесты и т.п.).

Список использованных источников:

1. Аскарова, В.Я. Коммуникативные практики стимулирования читательской деятельности: в поисках утраченного гуманитарного смысла / Виолетта Яковлевна Аскарова // Современный читатель и библиотека: выбор коммуникативных практик : [материалы всерос. конф. (Санкт-Петербург, 15–16 нояб. 2012 г.)] : [сб.] / сост. В.В. Ялышева, А.С. Степанова ; ред. Ю.В. Зобнин. — СПб., 2013. — С. 30—45.
2. Аскарова, В.Я. Формирование коммерческого взаимодействия с читателями в России: основные этапы / Виолетта Яковлевна Аскарова // Чтение. XXI век : кол. моногр. / науч. ред.-сост. В.Я. Аскарова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусства. — Челябинск, 2014. — С. 273—293.
3. Беляева, Н.Е. Молодёжь и чтение художественной литературы: цифровая среда / Надежда Евгеньевна Беляева // Молодые в библиотечном деле. — 2015. — № 2, фев. — С. 57—65.
4. Борусяк, Л. Любимые авторы, любимые книги: что читает современная молодёжь. По данным анализа сети ВКонтакте / Любовь Фридриховна Борусяк // Вестник общественного мнения. — 2015. — № 1. — С. 90—105.
5. Бутенко, И.А. Чтение на рубеже веков: кто, что и сколько читает / И.А. Бутенко // Человек Читающий: Homo legens — 2 / Б.В. Бирюков, И.А. Бутенко (отв. ред.) ; Минкультуры РФ, Рос. ин-т культурологи и др. — М., 2000. — С. 9—24.
6. Год литературы в России 2015. Инициативы сообщества // Университетская книга. — 2015. — Янв.—фев. — С. 26—31.
7. Год литературы и чтения. В России — Год литературы. Станут ли люди больше читать? [Электронный ресурс] / ФОМ. — Режим доступа: URL: <http://www.fom.ru/kultura-i-dosug/12272> (дата обращения: 13.10.2015).
8. Горшков, Ю.А. Качество роста российского книгоиздания: политика фиксированных цен : обзор / Ю.А. Горшков // Библиотека в эпоху перемен: философско-культурологические и информационные аспекты : информ. сб. (дайджест) / Рос. гос. б-ка, 2007. — Вып. 3 (35) : Книжная культура: современное состояние и тенденции развития. — С. 84—104.
9. Гусева, Г.Д. Условия привлекательности библиотеки для современной молодёжи / Галина Дмитриевна Гусева // Развивающаяся библиотека в информационном обществе материалы седьмой региональной конференции «Красноярье — 2014». Тема года: «Роль библиотек в формировании культурного потенциала края», с. Парная Шарыповского района Красноярского края, 23–27 июня 2014 г. / сост. Л.А. Кириллова ; отв. ред. Т.И. Матвеева. — Красноярск : ГУНБ Красноярского края, 2014. — С. 113—118.
10. Дымов, И. «Мы хотим, чтобы люди читали» / И. Дымов // Книжное обозрение на 14-й ММКЯ. — 2001. — № 2. — С. 5.

Источник: *Библиотека в эпоху перемен. — 2016. — Вып. 1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/BEP/2016/01/2016-01_bep-1.pdf*

11. Елинер И.Г. Мультимедийные средства и технологии и система мультимедийной культуры / И.Г. Елинер // Мультимедийная культура и современное общество : моногр. / И.Г. Елинер. — СПб., 2008. — С. 201—262.
12. Живкович, Д. Электронная книга: эволюция или революция? / Даниэла Живкович // Международный форум по информатизации. — 2008. — Т. 33, № 4. — С. 29—36.
13. Загидуллина, М.В. Современное читателеведение и чтениеведение в западных Social Studies и проблемы изучения чтения в отечественной науке XXI века / Марина Викторовна Загидуллина // Чтение. XXI век : кол. моногр. / науч. ред.-сост. В.Я. Аскарова; Челяб. гос. акад. культуры и искусства. — Челябинск, 2014. — С. 49—61.
14. Зайцева, О.В. Чем можно привлечь молодёжь в библиотеку: опыт работы Красноярской краевой молодёжной библиотеки / Ольга Владимировна Зайцева // Молодые в библиотечном деле. — 2015. — № 2, фев. — С. 39—47.
15. Инфокоммуникационные технологии в глобальной информационной инфраструктуре / П.А. Барабаш, С.П. Воробьев, В.И. Курносков, Б.Я. Советов. — СПб. : Наука, 2008. — С. 121.
16. Ирхен, И.И. Книга как фактор художественно-образовательных предпочтений молодёжи / И.И. Ирхен // Культурно-образовательная деятельность библиотек и музеев в региональных измерениях : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Смоленск, 10 фев. 2015 г.) / Смол. гос. ин-т искусств. — Смоленск : СГИИ, 2015.
17. К дню российской прессы [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск № 2749 / Всерос. центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ). — Режим доступа: URL: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=115113> (дата обращения: 13.10.2015).
18. Как пройти в библиотеку? Российские библиотеки продолжают терять аудиторию [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск № 2850 / Всерос. центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ.). — Режим доступа: URL: <http://www.wciom.ru/index.php?id=2368&uid=115279> (дата обращения: 08.10.2015).
19. Концепция Национальной программы «Чтение»: [Принята 7 сентября 2001 года Всероссийским конгрессом в поддержку чтения] // Чтение. Общество. Государство: материалы к Всерос. совещ. «Регионы России: читающие дети — читающая нация»: (23 мая 2002, Россия, Москва): Кн. 2 / СИРПП и др. — М., 2002. — С. 14—17.
20. Королева, И.С. Мегапроект «Библиотека и читатель: мы вместе!», или коммуникационные стратегии отдела социокультурного развития Псковской ОУНБ / Ирина Сергеевна Королева // Современный читатель и библиотека: выбор коммуникативных практик : сб. ст. / [сост. : Ялышева В.В., Степанова А.С.] ; Рос. нац. б-ка. — СПб. : РНБ, 2013. — С. 46—57.
21. Костюк, К.Н. Библиотека — это медиа / Константин Николаевич Костюк // Книга в новой медийной среде / К.Н. Костюк. — М. : Директ-Медиа, 2015. — С. 305—342.

Источник: *Библиотека в эпоху перемен. — 2016. — Вып. 1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/BEP/2016/01/2016-01_bep-1.pdf*

22. Ловкова, Т.Б. Теоретические основы досуговой деятельности публичных библиотек / Т.Б. Ловкова // Библиотека как центр досуга : учеб.-метод. пособие / Т.Б. Ловкова. — М., 2009. — С. 6—41.
23. Лопатина, Н.В. Библиотечная профессия в информационном обществе: разрушение или развитие / Наталья Викторовна Лопатина // НТИ. Сер. 1. Орг. и метод. информ. работы. — 2014. — № 5. — С. 18—23.
24. Майстрович, Т.В. Библиотека в социальном институте чтения / Т.В. Майстрович // Библиосфера. — 2015. — № 1. — С. 58—61.
25. Маркова, В.А. Модели читательских практик и их трансформация в электронной среде / Виктория Анатольевна Маркова // Науч. и техн. б-ки. — 2015. — № 1. — С. 66—80.
26. Марковец, А. Новые тенденции в книжном маркетинге: смартфоны для поколения постмиллениума / Александр Марковец // Книжная индустрия. — 2015. — № 6, июль-авг. — С. 67.
27. Мелентьева, Ю.П. Технологии продвижения чтения в нечитающую среду. Опыт библиотек России / Юлия Петровна Мелентьева // Библиосфера. — 2006. — № 2. — С. 3—6.
28. Мелентьева, Ю.П. Чтение в культуре повседневности. Обыденное чтение как распространенная современная модификация чтения. Постановка проблемы / Юлия Петровна Мелентьева // Библиосфера. — 2014. — № 3. — С. 7—10.
29. Мелентьева, Ю.П. Чтение: модели и модификации / Юлия Петровна Мелентьева // Чтение. XXI век : кол. моногр. / науч. ред.-сост. В.Я. Аскарлова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусства. — Челябинск, 2014. — С. 37—48.
30. Мишина, З. Горожан кормят косточками по-булгаковски / Зинаида Мишина // Metro. — 2015. — 5 окт. — С. 3.
31. Национальная программа поддержки и развития чтения. — М. : МЦБС, 2007. — 56 с. (Электронный вариант: URL: <http://www.mcbs.ru/chtenie/>).
32. Продвижение библиотечных продуктов и услуг / авт.-сост. Е.С. Бурлакова ; ГБУК «ОУНБ им. Н.К. Крупской». — Оренбург : РИО ОУНБ им. Н.К. Крупской, 2014.
33. Протопопова, Е.Э. Рекомендательная библиография в веб-среде / Елена Эдуардовна // Современная библиотека. — 2015. — № 1. — С. 30—33.
34. Сергеева, А.В. Хотят ли русские читать? / Алла Владимировна Сергеева // Русские: как мы изменились за 20 лет? / А.В. Сергеева. — М. : Изд-во «ФЛИНТА» ; Изд-во «Наука», 2015. — С. 263—275.
35. Сидорова, А.Г. Буктрейлеры в России: к вопросу о новых технологиях рекламы книги / Анна Геннадиевна Сидорова // Современный читатель и библиотека: выбор

коммуникативных практик : сб. ст. / [сост. : Ялышева В.В., Степанова А.С.] ; Рос. нац. б-ка. — СПб. : РНБ, 2013. — С. 171—175.

36. Сметанникова, Н.Н. Ведущие зарубежные теории чтения XX века и их воплощение в методологии и методиках обучения / Наталья Николаевна Сметанникова // Чтение. XXI век : кол. моногр. / науч. ред.-сост. В.Я. Аскарова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусства. — Челябинск, 2014. — С. 7—36.

37. Сметанникова, Н. Участь чтения // Наталья Николаевна Сметанникова // Октябрь. — 2005. — № 3. — С. 140—146.

38. Согрина, М. Исчезающий вид : [фрагмент статьи «”Умные книги”, кофе и сигареты. “Non/fiction № 8”»] / М. Согрина, Ю. Антонова // Культура. — 2006. — № 48, 7—13 дек. — С. 4.

39. Сокольская, Л.В. Компромисс между каноном и вызовом как выбор современной библиотеки / Лэся Васильевна Сокольская // Чтение. XXI век : кол. моногр. / науч. ред.-сост. В.Я. Аскарова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусства. — Челябинск, 2014. — С. 260—272.

40. Стартовал прием заявок на участие во Всероссийском конкурсе буктрейлеров [Электронный ресурс] // Фед. агентство по печати массовым коммуникациям : [офиц. сайт]. — Режим доступа: URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/newsandevents/newsagency/201510/item11/html> (дата обращения: 16.10.2015).

41. Стельмах, В.Д. Литературные символы в визуальном коммуникативном пространстве / В.Д. Стельмах // Современный читатель и библиотека: выбор коммуникативных практик : сб. ст. / [сост. : Ялышева В.В., Степанова А.С.] ; Рос. нац. б-ка. — СПб. : РНБ, 2013. — С. 46—57.

42. Тикунова, И.П. Функциональная модель библиотеки общества знаний в региональном контексте / Ирина Петровна Тикунова // Роль библиотеки в формировании регионального социально-культурного пространства : сб. науч. статей / отв. ред. Е.Б. Артемьева. — Новосибирск, 2009. — С. 97—105.

43. Центры чтения при библиотеках — инновационный инструмент продвижения книги и чтения в обществе / сост. Т.В. Бартенева ; ГБУК РО «Библиотека им. Горького». — Рязань, 2012. — 24 с.

44. Чтение [Электронный ресурс] // Ежегодник «Общественное мнение — 2011» / Аналит. центр Юрия Левады. — М. : Левада Центр, 2012. — Вып. 12. — Режим доступа: URL: <http://www.levada.ru/books/obshchestvennoe-mnenie-2011> (дата обращения: 05.10.2015).

45. Чтение и общество: мониторинг литературной культуры [Электронный ресурс] // Ежегодник «Общественное мнение — 2014» / Аналит. центр Юрия Левады. — М : Левада Центр, 2015. — Вып. 16. — Режим доступа: URL: <http://www.levada.ru/sites/default/files/om14/pdf> (дата обращения: 05.10.2015).

Источник: *Библиотека в эпоху перемен. — 2016. — Вып. 1. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/BEP/2016/01/2016-01_bep-1.pdf*

46. Что читаем? [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск № 2596 / Всерос. центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114843;blog/rgub/ru/ekniga/2014/09/15/vciom-o-chtenii-2/> (дата обращения: 06.10.2015).

47. Чудинова, В.П. Чтение в печатном и электронном форматах: процессы и тенденции / В.П. Чудинова // Книга в информационном обществе : материалы XIII Международной науч. конф. по проблемам книговедения (Москва, 28–30 апр. 2014 г.) : в 4 ч. / отв. ред. В.И. Васильев ; сост. : Д.Н. Бакун, М.А. Ермолаева. — М. : ФГБУ науки НИЦ «Наука» РАН, 2014. — Ч. 1.

48. Шатько, О.И. Проект продвижения чтения среди автолюбителей и байкеров / Ольга Игоревна Шатько // Молодые в библиотечном деле. — 2015. — № 3. — С. 65—67.