

Современные тенденции продвижения чтения в молодежную среду: методические рекомендации

Введение

Молодёжь сегодня живёт в новом временном формате. Надо успевать учиться, развлекаться, общаться со сверстниками, самоутверждаться в жизни, закалять характер. Ритм жизни убыстряется, развивается информационная инфраструктура. Поэтому молодые люди нацелены на чтение как на получение информации. Им кажется, что сегодня читать для собственного удовольствия могут лишь странные люди, выпавшие из времени, что чтение — устаревший вид деятельности. В структуре свободного времени молодёжи чтению отводится всё меньше места. Пространство свободного времени заполняется дискотеками, сетевым общением со сверстниками, компьютерными играми, TV или не заполняется вовсе ничем.

Таким образом, можно сделать вывод, что происходит трансформация читательских приоритетов и отношения к чтению у современной молодёжи, возникает опасность регрессивного движения в молодёжной среде от духовности и образованности к невежеству.

Именно поэтому снижение интереса к чтению, которое наблюдается в последние годы во многих странах мира, вызывает тревогу не только у специалистов книжного и библиотечного дела, но и у широкой общественности.

Энтузиасты книжного сообщества – библиотекари, педагоги, деятели культуры, книгоиздатели – констатируя, что в России социальная значимость проблем чтения недостаточно осмыслена, стремятся ввести эти проблемы в число приоритетов государственной политики в области культуры.

Результатом этих усилий с целью поддержки чтения как важнейшего элемента культуры, инструмента повышения интеллектуального потенциала нации стала «Национальная программа поддержки и развития чтения», принятая правительством в 2007 году.

Главная задача Национальной программы поддержки и развития чтения формулируется следующим образом: «вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению и вернуть в ранг активных читателей многочисленные группы сравнительно образованных работающих россиян, которые определяют настоящее России, закладывают основы ее будущего и которые по разным причинам почти перестали читать за последние 20 лет. Иными словами, необходимо создать в стране условия для массовой интенсификации процессов чтения, повышения качества и разнообразия прочитываемой литературы во всех областях знаний, обмена мнениями о прочитанном, для роста престижности чтения как культурной ценности».

Выбор форм проведения мероприятий по продвижению чтения среди подростков и молодежи должен основываться на предполагаемых предпочтениях целевой группы. Поскольку все мероприятия ориентированы на молодежь, целесообразно

использовать презентационные, мультимедийные, мобильные формы. Они позволяют активизировать читательскую и творческую активность молодых людей, повышают престиж библиотеки и книги в молодежной среде, делают чтение более привлекательным.

Сегодняшний стиль деятельности специалистов муниципальных библиотек ориентирован на поиск нестандартных решений. Танцпол, Рунет, TV — это притягивающе и интересно. А книга — еще одно блюдо в молодежном рационе. И вкуснейшее блюдо! Убедим молодых не отказывать себе в этом удовольствии! Пусть читают со вкусом, читают с радостью, тренируют мозги, обогащают душу и становятся лидерами.

Используя свои ресурсы и принцип активного включения самой молодежи в творческие проекты, необходимо вести активную работу по позиционированию чтения среди молодежи как достойного способа содержательного и интересного проведения досуга.

Раздел 1. Акции по продвижению чтения

Юношеские и детско-юношеские библиотеки России накопили богатый опыт работы в приобщении юных читателей к чтению и книге, в творческом использовании целого арсенала средств и методов.

Так, в Омске состоялось грандиозное **книжное шоу — молодежный читательский марафон «Ощути радость чтения!»**. Взрыв положительных эмоций, фейерверк модных авторов, новые книги, конкурсы, адреналин — все это ожидало каждого старшеклассника, пришедшего в книжный супермаркет «Книгомир». Около двухсот парней и девчонок приехали со всех концов города, чтобы стать участниками этого события. В «забеге на читательскую дистанцию» приняла участие самая прогрессивная молодежь.

Лучшая книга в мире — та, которую человек любит больше всего. Найти эту книгу может только он сам, а задача библиотекаря состоит в том, чтобы помочь ему в этом. Участникам марафона предлагались рекомендательные списки литературы «Читай хорошие книги!» на темы: «Лики любви», «История», «Приключения. Фантастика. Фэнтези», «Разговор о вечном».

Читателю предоставлялась свобода выбора и действий. Он мог найти книги, которые захочет прочесть, в библиотеке, купить в магазине, взять у друзей, а к финалу марафона сдать в библиотеку перечень прочитанных книг, составленный по определенной форме.

Специалистам омских библиотек важно было узнать, какие книги помогли молодым людям разобраться в себе, понять родителей, поверить в мечту, избежать одиночества, изменить отношение к жизни, решиться на поступок.

В программу марафона вошли следующие мероприятия:

- **Book-презентация**

В каждом административном округе города лидерами Молодежного Совета были организованы и проведены пять Book-презентаций «Книжный Гольфстрим», призывающих молодежь окунуться в литературный поток, узнать новые имена и прочесть книги, проверенные временем. Представление книги, адресованной молодежи, должно быть не менее интересным, чем сама книга; читателя надо заинтриговать, удивить, побудить к прочтению, — считают лидеры Молодежного Совета.

Приведем пример — эпизод из сценария: «Книги, которые стоит прочитать каждой девчонке, если вдруг: лишний вес превращается в навязчивую идею, старый друг кажется смешным и не хочется, чтобы он не подходил к тебе при всех, если жизнь полна нелепостей и в то же время прекрасна, если ты идешь на свидание, и еще много всяких «если»... Жаклин Уилсон! «Девчонки в погоне за модой», «Девчонки в поисках любви», «Девчонки гуляют допоздна».

И книги, которые стоит прочитать всем! Внук генерального секретаря компартии Испании, выросший в российских детских домах. Русский писатель, живущий в Мадриде. Человек, с детства лишенный рук и ног. Человек, спокойно говорящий о себе: «Я —

герой. У меня просто нет другого выбора». Мужчина с большой буквы. Рубен Давид Гонсалес Гальего! Автобиографический роман «Белое на черном».

В каждой библиотеке были организованы яркие развернутые экспозиции, представляющие произведения российских и зарубежных авторов, в которых поднимаются социально-значимые проблемы молодежи.

- **Book-инет**

В муниципальных библиотеках, оснащенных компьютерной техникой, для старшеклассников проведены виртуальные экскурсии «Томик из интернета». Методика проведения виртуальной экскурсии разработана молодыми специалистами муниципальной детской компьютерной библиотеки. В результате омская молодежь (725 человек) познакомилась с самыми популярными сайтами электронных библиотек: «Book.narod.ru», библиотека Максима Мошкова, «Мир книг», «Вавилон», «Фэнзин», альманах «Снежный ком» и др. Используя разные формы популяризации чтения и книги, организаторы марафона хотели показать, что не важно, какой будет книга — печатной или электронной. И не важно, где ее будут читать — дома, в библиотеке, в школе, в институте или в гостях. Главное — получать радость и удовольствие от чтения.

- **Book-фотография**

Марафонцам, желающим засветиться, был предоставлен шанс попробовать себя в рекламе и фотоискусстве, придумывая броские, оригинальные слоганы о чтении и соревнуясь за авторство

суперкадра, на котором запечатлены милые, смешные, шокирующие, остроумные моменты общения с книгой. Молодежь попробовала все: эксцентричность и естественность, неожиданные ракурсы и идеи. «Суперкадром» был признан снимок «читающей» морской свинки, представленный на конкурс читательницей библиотеки «Дом семьи».

- **Book-симпатия**

В ходе марафона участники номинировали свои любимые книги на звание «Book-симпатия». Зоны голосования были организованы в 46-ти муниципальных библиотеках и в 4-х магазинах сети «Книгомир». В голосовании приняли участие 1067 читателей и покупателей. В общей сложности на звание «Book-симпатия» номинировано 609 книг (названий). Абсолютным фаворитом стал роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита». Лидирующие позиции среди номинантов заняли: «Ночной дозор», «Дневной дозор» С. Лукьяненко, «Код да Винчи» Д. Брауна, «Унесенные ветром» М. Митчел, «Алхимик» П. Коэльо. Шорт-листы книжных симпатий омской молодежи регулярно отражались на сервере школьного образования г. Омска и на сайте Муниципальной детской компьютерной библиотеки.

- **Book-night**

Финальным мероприятием марафона «Ощути радость чтения!» стала молодежная дискотека «Book-night» — «Ночь книги». Дистанцию длиной в два с половиной месяца преодолели более трехсот читателей (учащихся 9-11 классов). 18 мая на дискотеке в культурно-досуговом центре «Иртыш» участникам

марафона и их друзьям были объявлены имена лидеров чтения, авторов лучших слоганов и фотографий на тему «Радость чтения».

Таинственно-интригующее начало дискотеки, динамичное продолжение, конкурсы и игры с залом, призы и подарки, зажигательные танцы, гирлянды воздушных шаров и рекламные перетяжки, световые спецэффекты, фирменные футболки на диджеях и организаторах, использование мультимедиа на протяжении всей программы обеспечили марафонцам хорошее настроение.

Был организован бар, в котором участникам марафона предложили 9 вкусов газированной и минеральной воды, они утоляли жажду и продолжали веселиться, хором исполняли слоган нашего детства «Как хорошо уметь читать!», скандировали забавный текст о пользе чтения, сопровождая его движениями в стиле рэп.

Специальными призами и подарками были награждены 38 лидеров чтения, все остальные получили множество небольших сувениров. Оценить успешность выбранной формы приобщения к чтению позволили вопросы молодых людей, расходящихся после дискотеки: «А когда в следующий раз будет «Ночь книги?»».

Деятельность библиотек по продвижению чтения чрезвычайно многообразна, несет в себе сильный творческий заряд. Прежде всего, обращает на себя внимание многообразие и яркость, нестандартность форм деятельности библиотек.

Многие из них, желая донести идею ценности чтения до нечитающих, выносят свои мероприятия за стены библиотек – на улицы, в кафе, в гущу людей. Примером может служить

интересный, хорошо продуманный и прекрасно проведенный библиотечный проект в г. Астрахани.

Целью проекта было привлечение внимания к поэзии. Библиотека провела соответствующую открытую общегородскую акцию на улицах, в интернет-кафе, в вузах и др. Акция проходила в три этапа. Первый этап – визуальный. Условный девиз «**Делай стих! Смотри стих!**». Авторы акции через творчество Маяковского, Хлебникова, Крученых, Вознесенского, Мориц и других постарались выявить и показать единую природу стихотворения и изображения; в этом им помогали живопись, аппликация, компьютерная верстка, фотография, бытовые предметы.

Второй этап имел девиз «Стих на слух». Теперь понять стих помогали кино, театр, музыка. Стихи звучали и в архивных записях, и в авторском исполнении. Третий этап акции назывался «Стихия стиха – Стихи по почте». В один день человек должен был взять книгу, прочесть стихи и затем отослать кому-то понравившееся стихотворение по обычной или электронной почте.

Место действия – городской парк, кафе, интернет-кафе, где были расставлены столики, на них – книги и почтовые принадлежности, почтовые ящики и т.д. Эта акция увлекла весь город, буквально каждый человек, особенно молодой, был охвачен ею.

Цель другого проекта - « **Книга–Dolby Digital Surround**» (г.Барнаул) – было создание положительного имиджа библиотеки среди молодежи, адаптация традиционно существующей формы

библиотеки к наличной социокультурной ситуации в молодежной субкультуре.

Проект предполагал формирование связей с коммерческими структурами, которые готовы к сотрудничеству с библиотекой; мониторинг интересов молодежи; совершенствование форм работы с нею. Партнерами библиотеки в реализации проекта стали: ночной клуб, развлекательный центр, периодические издания, радио и др.

Реклама о деятельности библиотеки, в частности, о проводимом ею конкурсе на лучшее знание классики «На каждую книгу – по фильму», была размещена на улицах, в общественных местах, в ночном клубе, на вечеринках, на веб-сайтах развлекательных учреждений, в стенах вузов и т.д. Эта акция достигла своей цели: молодежь стала относиться к библиотеке как «к своей» организации.

Большой успех имел проект Екатеринбургской областной библиотеки **«Мы, кофе и книга»**. Авторы этого, как они определили сами, «книжно-гастрономического» проекта имели целью создать новый образ библиотеки в обществе – образ открытой, дружелюбной системы.

В этом проекте воплотилась мечта любого читателя о библиотеке, которая не закрывается никогда. Авторы проекта сумели создать ощущение подлинной близости к книге. В библиотеке было открыто литературное кафе, которое начинало работать после закрытия самой библиотеки. В кафе, которое называется «Почти восемь» (особым шрифтом выделялись отдельные части этих слов, образовавшие слово «Чтиво»),

проходят литературные встречи, происходят обсуждения книг, обмен читательскими впечатлениями, общение всех тех, кто «заглянул на огонек». На сайте библиотеки открыта «виртуальная кофейня», где каждый читатель и посетитель кафе можно высказать свое мнение о книгах, о библиотеке, просто о жизни. Библиотечное кафе «Почти восемь» пользуется большой популярностью в городе, особенно в молодежной среде.

Мысль о необходимости чтения лежит в основе **проекта «Прочитал... и вам советую»** (Нижний Новгород), в ходе которого известные люди города рассказывают о том, что они читают. Проект открыл мэр города. У участников проекта должно было сложиться (и складывалось) мнение о том, что «человек читающий - человек успешный» (так называлась рубрика в местной газете).

Задача привлечения к чтению нечитающих стояла перед авторами проекта городской библиотеки г. Заречный (Пензенская область). С этой целью библиотекари вышли на улицы города и провели исследование (опрос, анкета) с видеосъемкой. Было собрано 3000 видеоанкет. Результаты опроса были представлены населению города в фильмах «Читающий Заречный», «Портрет нашего читателя». Был создан и помещен на веб-сайте библиотеки рекомендательный указатель «**Читайте лучшее**».

Акция под названием **«Читают все – читайте и вы!»** (Челябинская обл.). По сценарию библиотекари изображали читающих манекенов: мисс красоты, деловая женщина, дама на пляже, восточная красавица, гламурная девушка, беременная

мамочка и домохозяйка. Выбранные образы делали понятным идею акции: читать сегодня модно. Независимо от твоего стиля жизни, для чтения всегда можно найти минутку: пока пирог в духовке, ребенок спит в коляске, в пятиминутный перерыв на работе, и даже на пляже.

Это представление было рассчитано на случайных зрителей, у которых столь неожиданное действие вызвало бы интерес, желание рассказать знакомым и родным, запомнилось надолго.

Раздел 2. Что такое буктрейлер?

Среди новых форм продвижения литературы в последнее время все активнее заявляет о себе **буктрейлер**. Короткий видеоролик, созданный по мотивам книги. Буктрейлер - это видео реклама книги, в которой работают методы, аналогичные рекламам фильмов.

Основная его задача - рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя. При создании буктрейлера можно использовать видео, а можно обойтись иллюстрациями, фотографиями, разворотами книг.

Основные этапы работы по созданию буктрейлера:

- 1. Выбор книги для рекламы.** Мотиваций в выборе книг для создания буктрейлера может быть множество. Это реклама новых книг и продвижение книг-юбиларов, создание буктрейлеров, приуроченных к датам и событиям.
- 2. Создание сценария к буктрейлеру** (продумать сюжет и написать текст). Сюжет это основа вашего видео ролика, то из

чего он будет состоять. Важно внести интригу и выстроить сюжет таким образом, чтобы непременно читателю захотелось узнать, что же будет дальше. А узнать что будет дальше можно если прочтешь книгу. Поэтому к написанию текста сценария нужно подходить продумано. Взвешивать каждое предложение. Видео ролик не должен быть длинным, не более 3 минут, так как это оптимальное время, чтобы удержать внимание зрителя потенциального читателя.

- 3. Подбор материалов для видеоряда.** Подобрать картинки, отсканировать иллюстрации книги, снять свое видео или найти видео по тематике в интернете (помним об авторском праве). Скачанное с интернета видео необходимо конвертировать в формат avi. Можно использовать для этого программу [http://\www.formatoz.com/download.html FormatFactory] (Фабрика форматов) - это многофункциональный и мощный конвертер медиа файлов. Программа удобная в использовании. При необходимости можно бесплатно загрузить с интернета.
- 4. Записать озвученный текст,** если это предусмотрено по сценарию. Для записи и редактирования звука можно использовать программу SoundForge. Необходимо иметь техническое оборудование микрофон.
- 5. Выбрать программу для работы с видео.** Их представлено множество. **Windows MovieMaker.** Эту программу могут использовать начинающие работать с видео. Она есть на всех ПК, так как входит в пакет Microsoft Windows. С программой легко работать, чаще всего она имеет русский интерфейс.

Программа Movie Maker способна брать и обрабатывать видеофайлы с цифровой видеокамеры, создавать из изображений слайд-шоу, добавлять к видео заготовки, титры, звук, вырезать необходимые фрагменты и склеивать их, создавая при этом эффектные переходы от фрагмента к фрагменту. Широко используется для создания клипов, видеопрезентаций и обработки любительского видео. Минусы - одна звуковая дорожка, то есть нельзя одновременно загрузить два звуковых файла (музыку и голос) **Sony VegasPro 11(работать на ПК).** SonyVegasPro является более профессиональной программой для видеомонтажа. Sonyvegas – один из самых совершенных инструментов для видео и аудио монтажа. Vegas предлагает большое число видео и аудио дорожек. Благодаря специальным инструментам, Sonyvegas позволяет пользователям редактировать различные параметры видео и аудио. Удобная настройка интерфейса, добавление большого количества эффектов, поддержка огромного количества форматов. Удобно работать с аудио, так как можно соединять две звуковые дорожки (накладывать музыку и голос), отделять звук от видео если необходимо. Большое количество спецэффектов, переходов, спецэффекты кадр в кадре

6. Выбрать сервис. Многие наиболее востребованные операции по работе с фото и видео можно выполнить в онлайн-редакторах. У онлайн-сервисов есть еще одно важное преимущество: благодаря тому, что все операции по обработке файлов выполняются на удаленном сервере, производительность

компьютера, на котором вы работаете, не имеет значения. А это значит, что даже на маломощном ноутбуке можно без проблем редактировать видео высокого разрешения. [http://www.youtube.com/editor Youtube Video Editor] - видеоредактор Ютуб. Очень простой, можно обрезать начало или конец фильма, склеить несколько роликов, добавить звуковую дорожку. Проходим регистрацию. Заходим на страницу и выбираем Video Editor нажимая ссылку «Попробовать». Сервис ANIMOTO предназначен в основном для подготовки видео-коллажей из массива фотографий, с наложением звука. Можно вставлять небольшой отрывок видео. Минусы - бесплатно можно загрузить только 12 картинок, но даже этот короткий ролик можно использовать в основном буктрейлере.

7. Подобрать Gif-анимацию и футажи. Работая над видео роликом можно использовать gif анимацию и футажи. Футажи - это заготовки видео файлов. Они бывают для создания фона, для перехода и в большом количестве представлены в интернете. Можно скачать и применить для видео дизайна.

8. Заключительный этап видео монтаж (вырезать/склеить несколько фрагментов видео, добавить звуковую дорожку, изменить размер видео, субтитры и пр. наложить эффекты, переходы разнообразную музыку, "свести" звук) потом записать на жесткий диск ПК.

На сайте “Чтение-21” (www.chtenie-21.ru) создана целая подборка буктрейлеров. Советуем обратиться на этот сайт и посмотреть эти видеосюжеты.

Раздел 3. Возможности Интернет-технологий в продвижении чтения

Электронная среда – это большая площадка для самореализации, саморазвития, экспериментов по продвижению книги и чтения или просто работы с массивами электронной информации. Библиотекари в электронной среде создают свои сообщества, группы по интересам, обсуждают актуальные темы, обмениваются опытом работы.

Сейчас на библиотечных сайтах открыт доступ к электронным каталогам, базам данных, фото- и видео отчетам, оказываются сервисы электронной помощи специалистам библиотеки и многое другое.

В электронной среде существует множество сайтов, порталов и других сервисов, которые занимаются распространением традиционной и электронной (цифровой) книги.

Рассмотрим портал «Чтение-21» (www.chtenie-21.ru) – это главный генератор общественного мнения и важный информационный канал для государственных и общественных структур, профессионалов и любителей книги и чтения. Он разработан Фондом «Пушкинская библиотека» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

Портал разбит на рубрики, которые содержат документы, информационные сообщения, предложения государственных и общественных организаций, а также доклады и статьи российских и зарубежных специалистов касающихся продвижения книги и

чтения в России. В рубриках описывается опыт работы библиотек по привлечению внимания к книге, в том числе, с учетом актуальных тем года.

Важным ресурсом продвижения книги в электронной сети активно работают и блоги. В словарях понятие **блог** определяется по-разному. Можно точно сказать, что это сетевой или он-лайн дневник, где пользователи могут читать мысли, идеи автора и оставлять комментарии, спорить между собой, знакомиться, общаться, создавать сообщества по интересам. Блог может вести каждый пользователь сети Интернет, автор может самостоятельно решать, кто имеет возможность читать и комментировать его записи.

Если говорить о библиотечных блогах, то они выступают инструментом для продвижения библиотечных новостей, обмена результатами исследований и списками литературы. Библиотечные блоги используются для информирования о грядущих мероприятиях, о новых поступлениях в библиотечный фонд, привлечения новой аудитории, создания он-лайнового клуба любителей чтения, где можно обсуждать книги.

Блог «Мысли вслух» (www.biblio-koshka.ru) появился в марте 2007 года. Регулярно пополняется информацией по библиотечным темам, которая отражается в сети. Автор уделяет внимание психологическим основам общения библиотекаря и читателя, психологии и социологии чтения. В среднем, в блоге появляется 7-8 новых тем в месяц.

Блог «Мышь библиотечная» создан в феврале 2007 года. Первоначально он был на английском языке, с целью вхождения в международное библиотечное сообщество. Но через некоторое время появилась и русскоязычная версия блога. Теперь существуют обе версии – английская и русская.

Автор блога большое внимание уделяет проблемам создания и развития виртуальной справочной службы в библиотеке и всевозможных технологий и инструментов library 2.0. В связи с тем, что в профессиональной печати пока недостаточно публикаций по проблеме library 2.0, автор самостоятельно переводит материал из зарубежных источников и размещает на странице.

В 2010 г. в электронной среде появился проект **«Библиотеки на Урале»** (<http://bibl-ural.blogspot.com>) – корпоративный блог Свердловской области, который является удобным способом оперативного общения и выступает площадкой для самовыражения библиотекарей.

Здесь отражается актуальная информация о событиях, которые происходят в библиотеках региона, например: третий Екатеринбургский книжный фестиваль, рок-вечеринка, концерт, посвященный юбилею Битлз, областной День библиографа. Кроме того, ведутся дискуссии о современной книге, бестселлерах, современных отечественных и зарубежных фильмах.

«Библиотеки и молодежь»: Зарубежный опыт. Основные темы блога: «молодежные советы при библиотеке», «проблемы здоровья», «социологические исследования в библиотеке»,

«креативность», «образование», «формы обслуживания» и «чтение». Все темы представлены на страницах блога в качестве переводного материала с английского языка, переводчиком и автором является Алексей Янков – сотрудник Российской государственной библиотеки для молодежи.

В блоге издательства «Эксмо» (www.eksmovia.livejournal.com) публикуются новости о выходе книг, интервью с писателями, опросы, конкурсы, анонсы, рассуждения и другая, не менее интересная, информация. Основная задача этого блога – организация прямого диалога о литературе и книгах в нашей жизни.

На своем блоге издательства «Эксмо» и **Mr Bookman** объявили конкурс дизайна на лучшую социальную рекламу о пользе чтения «Читать не вредно. Вредно не читать». Участникам конкурса предлагают выразить свое мнение о читающем человеке через фото (рекламный постер), видео (вирусный ролик) и графику (агитплакат).

Организаторы планируют использовать наиболее интересные проекты участников в рекламной кампании по продвижению чтения.

«**Пять страниц о...**» (www.5pages.net) - блог о литературе, о книгах, о творчестве. Создан в 2006 году. В настоящее время архив блога содержит около 750 записей и более 1500 комментариев. Для удобства ориентации в блоге разработан раздел «Персоналия» где представлены все авторы и их произведения, упомянутые в блоге.

В электронной среде существует свой виртуальный литературный мир, в нем есть и книжные магазины, и электронные библиотеки, и литературные сообщества, литературные форумы. Литературных форумов существует в Интернете великое множество.

Наиболее интересными по отбору литературы и интеллектуальному уровню собеседников представляются следующие форумы.

«Беседы о литературе» (<http://litforum.ru/>) – форум, посвященный фантастике и фэнтези. Здесь присутствует ряд «персональных» разделов, в которых идет разговор о произведениях известных писателей этого жанра как отечественных, так и зарубежных: Ника Перумова, Марии Семенович, Сергея Лукьяненко, Аркадия и Бориса Стругацких, Энн Маккефри, Вадима Панова, Роберта Джордана. На форуме также предлагаются другие темы для обсуждения: компьютерные игры соответствующей тематики, фантастические фильмы, в т. ч. анимационные.

Одним из наиболее популярных мест любителей виртуального общения считается совместный проект Мастерской фантастики «Третья сила», Библиотеки Мошкова и сервера **«Русская фантастика в Сети – Литературные форумы»** (<http://forum.rusf.ru/>). Здесь размещены персональные форумы ряда известных писателей-фантастов: братьев Стругацких, Андрея Валентинова, Ника Перумова, Марины и Сергея Дяченко, Кира Булычева и других.

На странице «Читательский нуль-Т» обсуждаются самые разнообразные темы, связанные с фантастикой и фэнтези.

Работу в электронной среде или Интернет-пространстве невозможно представить без социальных сетей («**В контакте**» и «**Одноклассники**») – это универсальное средство поиска новых знакомых, друзей, коллег, это огромная площадка для продвижения книг и чтения, а так же профессиональных идей.

«**В контакте**» активно работают такие библиотеки как: Российская государственная библиотека для молодежи, Самарская областная юношеская библиотека, Детская библиотека г. Озерска Челябинской области. Библиотеки здесь не только создают группы по интересам, но и обмениваются опытом с другими библиотеками, дружат, выкладывают на свои страницы информацию о библиотеке, библиотечных мероприятиях, а также фото- и видео отчеты с них. Зарегистрированные пользователи могут обсуждать заявленные на форуме темы, содержание которых варьируется от обсуждения прочитанной книги до проблем продвижения книги и чтения, от эволюции печатной книги до книжной электронной культуры. Здесь можно оставить свои комментарии, или свои предложения по решению заданного вопроса или проблемы.

Кроме социальных сетей, в электронной среде существуют **книжные социальные сети**, носящие рекомендательный характер.

«**ЛивЛиb.ру**» – самый динамично развивающийся сервис. Проект в виртуальной среде появился в 2007 году. Его главной особенностью считается поиск рецензий на интересующие пользователя книги, а также знакомство с новинками книжных

изданий. На электронной странице сервиса ведется интересный книжный форум, содержится множество цитат и полезная информация о литературных конкурсах.

Здесь посетитель сайта имеет возможность подружиться с другими пользователями, оценивать книги по трехбалльной шкале: понравилось, нейтрально и не понравилось; читать и оценивать рецензии: согласен или не согласен.

Каждый пользователь может отмечать, в каком формате у него есть та или иная книга: бумажном, электронном или в виде аудиокниги.

Большой плюс этого проекта в том, что в режиме реального времени можно оставить собственную информацию о книге в разделах: «Читал», «Хочу прочитать», «Сейчас читаю».

«Моя библиотека» – проект, позволяющий найти интересную книгу за минимальное время. Главная особенность этой сети – наличие рекомендательной системы, которая позволяет выиграть время при выборе книги, и при этом не проиграть в качестве этого выбора. Сеть поможет посетителям сориентироваться в литературных жанрах и направлениях, в море книг российских и зарубежных писателей. Проект «Моя библиотека» позволит завести друзей по интересам, найти хороших знакомых с похожими вкусами и предпочтениями.

Пользователи смогут обмениваться мнениями о книгах. Каждый читатель на сайте может собрать свою личную «книжную полку» и с полным правом сказать: «Это – моя библиотека!»

Сервис «**БукРивер**» сочетает в себе идеи буккроссинга и просто обмена книгами. Его цель образно можно обозначить так: «Спасти дерево, не убив бобра». Пользователь предлагает для обмена ненужную ему книгу в надежде, что для кого-то она необходима. Сервис предназначен для того, чтобы любители чтения «реальных» (не цифровых) книг могли обмениваться ими собой.

Функции сервиса помогут найти участникам друг друга, дают возможность найти нужную книгу в своем городе.

«**Bookmix**» – сервис, аналогичный предыдущему. В отличие от «**БукРивера**» имеет еще разделы: «Цитатник», «Объявления» и «Конкурсы».

Новостную ленту на сайте формируют сами пользователи, которые участвуют в разных рейтингах книг и рецензий (здесь можно написать «сочинение» и получить от пользователей оценку за него). Недавно проект запустил новый конкурс-игру под названием «Книжный квест», в котором пользователям необходимо угадать названия книг или имена литературных героев по различным признакам и подсказкам.

«**ImhoNet**» представляет собой ресурс отзывов обо всем на свете, включая и книги. Сначала рекомендательный сервис «**ImhoNet**» предлагал исключительно книги, причем, только художественные, затем появились новые разделы: так называемые бизнес-книги, потом добавились кино, игры.

Книг в базе сайта содержится много, есть возможность обсуждать и оценивать рассказы авторов независимо от того, в

каком сборнике они содержатся. Книги в «ImhoNet» оцениваются по 10-бальной шкале. Каждой оценке приписана какая-то характеристика от «Хуже не бывает» до «Лучше не бывает». Если вы прочитали книгу, которой нет в базе, то ее можно добавить, заполнив вручную всю информацию о книге.

Проект «**Vfeed.ru**» работает под девизом «**Книги, которые читают**».

Пользователям этого сайта предлагается рассказать о своих любимых книгах и оценить литературный выбор других участников проекта. Здесь публикуют краткие рецензии, аннотации, ведется рейтинг популярности книжных изданий, есть возможность самостоятельно сформировать список книг для чтения и подружиться с другими пользователями.

«**Librissimo**» – сеть, представляющая собой книжную полку, на которой есть все: от классики до современности. Здесь пользователи рекомендуют друг другу прочесть ту или иную книгу, а также могут оставлять отзывы к ним.

Личное пространство пользователя в «Librissimo» - это его книжная полка, на которую можно «поставить» свои любимые или интересные для себя книги.

Таким образом, электронная среда, с одной стороны, помогает библиотекаря ориентироваться в литературном пространстве, с другой – библиотекарь сам может выступать навигатором в книжном мире.

Раздел 4. Визуальные формы продвижения чтения

Визуальные образы имеют реальное воздействие на новые поколения, которые наиболее подвержены внешнему влиянию, остро ощущают на себе воздействие окружающей среды, связанное с более глубоким проникновением видеокультуры в современную жизнь.

Развитие мультимедийных средств во многом меняет подход библиотекарей к привлечению читателей к книге. Продвижение книги и чтения с использованием средств визуальной культуры все более уверенно входит в практику работы российских библиотек.

Наши будни скрашивают театр, музыка и литература, которые формируют ценности и смысл жизни, наполненной и состоящей из обязанностей выполнения общепринятых норм повседневности.

Но научились ли мы разумно сочетать классическую книгу и «сливки» прогресса в виде креативных информационных технологий? В самом деле, в стране уже идет эксперимент по продвижению электронных читалок. Классика из-за дорогостоящих затрат возможно не будет переиздаваться, будет перенесена на электронные носители. По сути дела чтение книг в оригинале может стать дорогостоящей редкостью.

За последние годы возникли проекты, направленные на создание собственной видеопродукции. Так, в 2006 г. МЦБС имени М.Ю. Лермонтова г. Санкт-Петербурга создала **фильм-репортаж «Время читать! Или следствие ведут библиотекари»**. Этот фильм получил широкое распространение в профессиональной

среде, демонстрировался на многих крупных совещаниях и конференциях, используется как учебное и информационное пособие, и вызвал волну подобных проектов.

Появились видеоролики, посвященные библиотекам, например, мультимедийный видеоролик **«Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина»**, созданный в 2007 г., подчеркивает масштабность проекта и позволяет говорить о «Библиотеке Президента» как о национальном информационном портале.

В последние годы библиотеки все чаще не только заказывают, но и создают видеоролики самостоятельно. Роликов, посвященных разным аспектам библиотечной деятельности, создано уже довольно много. Их количество позволяет классифицировать продукты по тематике, целевому назначению. Весомый блок составляют и видеоролики, посвященные продвижению книги и чтения. Созданная библиотеками продукция охватывает как комплексные проекты и акции, так и отдельные мероприятия, в т.ч. растет количество рекламных видеороликов.

Видеоролики выставляются в библиотечных блогах, например, в блоге «Отличный библиотекарь». Появились статьи и материалы, в которых даются методические и практические рекомендации по их созданию. Демонстрация фильмов и роликов входит в практику проведения профессиональных библиотечных мероприятий различного уровня.

Мультимедийные презентации (созданные с использованием технологии Flash или при помощи Microsoft Power Point) – один из

наиболее актуальных на сегодняшний день способов представления информации. Это продукт, который может содержать текстовые материалы, фотографии, рисунки, диаграммы, звуковое оформление, видеофрагменты. Это соединение смысловой нагрузки с простотой восприятия информации особенно эффективно в пропаганде книги и чтения. Таких продуктов в библиотечной практике разработано много.

Важным направлением деятельности библиотек является проведение конкурсов творческих работ среди населения, направленных на создание видеопродукции в поддержку чтения.

Так, Новосибирская ОЮБ провела областной конкурс социальной рекламы чтения «**Читать престижно!**», направленного на привлечение молодых людей к продвижению чтения в молодежной среде. Участникам конкурса в возрасте от 14 до 30 лет было предложено создать видеоролик, сценарий аудиоролика, макет баннера, электронную видеопрезентацию обращенные к молодежной аудитории и создающие привлекательный имидж чтения и «человека читающего».

В Чувашской республиканской детско-юношеской библиотеке был проведен Республиканский конкурс на лучшую мультимедийную презентацию «**Любимые книги моей семьи**». В результате были определены лучший видеоролик, рекламный плакат, а также читающая семья. В Самарской областной универсальной научной библиотеке проводился конкурсе социальной рекламы «Время читать», среди номинаций которого – сценарии видеороликов.

Для библиотечного специалиста Photoshop незаменим для обработки фотографий, создания коллажей. В сети Интернет имеется множество

бесплатных шаблонов для создания продукции рекламного типа – кружечек, футболок, значков, ручек, блокнотов, календарей, постеров, визиток, то есть той продукции, которая позволит ярче представить деятельность библиотеки, поднять интерес читательской аудитории. Для сайтов с помощью Adobe Photoshop можно редактировать фотографии, делать статичные веб-баннеры, оформлять заголовки, а также разрабатывать элементы сайтов (кнопки). Создание обложек для изданий, создание макетов для компакт-дисков – эти задачи легко решаются с помощью данной программы. А для эффективного освоения программного продукта существуют видеоуроки в Интернет, которые наглядно демонстрируют способы работы для достижения результата.

Для обработки видеoinформации применяется программа Adobe Premiere, права на которую также принадлежат компании Adobe. Данный продукт позволяет производить монтаж видео, сбор видеофрагментов в единый фильм, наложение эффектов и титров на видео, создание переходов между частями видеороликов. Понятный интерфейс обеспечивает комфортную работу в среде Adobe Premiere даже начинающему пользователю, что дает широкий простор для творчества. Обширная библиотека эффектов позволяет воплотить любые режиссерские задумки. Библиотекари могут создавать фильмы о самой библиотеке, монтировать видеозаписи с библиотечных уроков и профессиональных

мероприятий. Интересны будут видеопрезентации новинок библиотеки. Размещение данных роликов на сайтах библиотек привлечет интерес профессионального сообщества и пользователей.

Следующий вид мультимедиа – это анимация. Рассмотрим flash-анимацию, которая создается при помощи программы Adobe Flash.

Это очень мощное, при этом простое в использовании, средство создания анимированных проектов на основе векторной графики с встроенной поддержкой интерактивности, то есть пользователь может участвовать в работе приложения (например, нажимать на кнопки, чтобы запустить ролик на показ).

Flash является идеальным рабочим инструментом для художественного и дизайнерского оформления, позволяющего дополнять создаваемые Web-проекты анимацией и звуком. Flash-приложения и flash-ролики интегрируются с языком HTML, и могут быть представлены в сети.

С помощью данной программы возможно создать анимационный ролик, мультфильм, а также игровое приложение. Мультфильмы можно формировать как из собственных рисованных изображений, так и с использованием встроенных библиотек. Adobe Flash использует встроенный язык программирования Action Script, который позволяет создавать игровые flash-приложения.

Игровые приложения в библиотеке имеют широкий диапазон применения: их можно использовать в обучении детей чтению, студентов – основам информационной культуры. Анимационные

мультфильмы могут служить продуктом, который будет продвигать чтение среди молодежи.

Для успешного использования охарактеризованных программных продуктов важно техническое обеспечение мультимедиа технологий. В автоматизированном рабочем месте библиотечного специалиста необходимо предусмотреть следующее оборудование:

1. компьютер, по техническим характеристикам подходящий для работы с графикой, анимацией, звуком и видео (2-х ядерный процессор, оперативная память – не менее двух гигабайт);
2. колонки для воспроизведения звукового материала;
3. микрофон для записи звука;
4. видеокамеру для записи видео;
5. цифровой или зеркальный фотоаппарат;
6. сканер для сканирования материалов;
7. проектор, для трансляции сделанных продуктов на широкую аудиторию;
8. принтер для тиражирования печатной продукции.

Как мы видим, список технических устройств, стандартен и не требует больших финансовых вложений, зато технологический потенциал их высок.

Использование этих аппаратных средств в совокупности позволяет достичь высокого уровня качества готовых библиотечных продуктов.

Безусловно, важным фактором является компетентность специалиста в области мультимедийных технологий. Практически все программы имеют интуитивно понятный интерфейс, но основы компьютерной грамотности у специалиста-составителя уже должны быть заложены. Основам работы с мультимедиа можно научиться на курсах, причем как очно, так и заочно, возможно дистанционное обучение в сети Интернет.

Применение мультимедийных технологий позволяет вывести библиотечные продукты на иной качественный уровень, повышает интерес читательской аудитории к библиотеке в целом, что помогает более продуктивному продвижению чтения, библиотеки и ее продукции среди населения.

Продукты, которые имеют игровые функции, будут интересны самой младшей возрастной категории читателей, через игровые функции возможно формирование читательского вкуса ребенка. Ролики, игры, печатная продукция с использованием мультимедиа приобретает необходимую для сегодняшнего времени красочность и наглядность.

Повышение имиджа библиотеки происходит за счет представления материалов в наиболее современной форме, это означает, что библиотека развивается, не стоит на месте и использует имеющуюся техническую базу для популяризации и продвижения чтения. Современные библиотеки – это информационные центры, причем наглядность информации обеспечивается именно путем использования мультимедиа.

В заключение следует отметить, что процесс поддержки и развития чтения молодежи, направляемый умелой рукой профессионалов, уже дает свои значительные результаты. Российские юноши и девушки будут читать!

Список использованной литературы:

Ресурсы Интернет

1. <http://www.publiclibrary.ru/>
2. http://vmo.rgub.ru/lib_activity/practice/rgub_4.php
3. <http://natalija106.blogspot.com/>
4. <http://xreferat.ru/>
5. <http://www.unbi74.ru/lib-pub/> Инновационные формы поддержки и продвижения чтения в общедоступных библиотеках: сб. материалов второй межрегион. Школы инноватики / под ред. И. В. Архиповой, И. Ю. Матвеевой; ФГУ ВПО «Челяб. гос. акад. культуры и искусств»; ГУК «Челяб. обл. юнош. б-ка»; МУК «Централиз. библиотеч. система» Копейского городского округа. – Челябинск, 2010. – 99 с.
6. <http://www.rusreadorg.ru/> Ю.П. Мелентьева. Продвижение чтения в нечитающую среду: опыт библиотек регионов России
7. <http://bibl-ural.blogspot.com>
8. <http://www.oubomsk.ucoz.org/>