

## ПРОДВИЖЕНИЕ КНИГИ И ЧТЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ

Во всем мире, и Россия не является исключением, наблюдается кризис чтения. Наиболее полно и точно данная проблема сформулирована в Национальной программе поддержки и развития чтения, где, в частности, говорится о том, что «в обществе нарастают представления и мнения о том, что роль книги, библиотек в обществе уменьшается в сравнении с Интернетом и вообще сойдет на нет при полном развитии его возможностей» [4].

Вместе с тем библиотеки являются одним из важнейших социальных институтов, способных решать задачи продвижения книги и чтения.

Ситуация бедственного положения с чтением во многом объясняется глобальным скачком в развитии информационно-коммуникационных технологий, использование которых в большинстве случаев практически заменило время общения с книгой. Поэтому условием успешной деятельности библиотек в продвижении чтения является сосуществование и взаимодействие с новейшими технологиями, правильное понимание своего места и роли в современном информационном пространстве. При этом миссия библиотеки – **привлечение к чтению** – не меняется, а обретает новую форму и содержание, получает новый потенциал. Современные технологии могут стать инструментом, который способен развить не только доступ к чтению, но и мотивацию к нему. Задача библиотек состоит в том, чтобы с их помощью суметь организовать увлекательную современную читательскую деятельность, активно вторгаясь в интернет-пространство, наполняя его социально ценным содержанием, помогая людям ориентироваться в литературном потоке, налаживая с ними взаимодействие, которое имело бы продолжение в реальном библиотечном пространстве.

Возможности Интернета позволяют заниматься **продвижением книги и чтения** вне территориальных и временных рамок. Современным и удобным инструментом для этого может быть **сайт библиотеки**.

Одной из эффективных и распространенных форм продвижения книги и чтения является выставочная работа. Тенденцией последних лет стало размещение **виртуальных (электронных) выставок** на библиотечных сайтах. Посещение таких выставок часто является первым шагом к знакомству пользователя с ресурсами библиотеки. Виртуальная выставка, имея в своем арсенале ссылки на сторонние ресурсы, библиографические списки, графические изображения, тексты, другие дополнительные материалы значительно расширяет возможности обычной книжной выставки. Важно и то, что существуют архивы виртуальных выставок.

Выставки, демонстрируемые на библиотечных сайтах, условно можно разделить на несколько категорий:

- **выставки новых поступлений:** сайт Национальной библиотеки имени С. Г. Чавайна; сайт ЦБС г. Барнаула; сайт Библиотеки Омской государственной медицинской академии;
- **тематические выставки:** «Народов связующая нить: русская классическая, советская и зарубежная литература в переводах на хакасский язык» Национальной библиотеки Республики Хакасия; «Первая мировая война» (художественные произведения отечественных и зарубежных авторов) ЦБС г. Калуги;
- **виртуальные иллюстрированные каталоги реальных выставочных мероприятий**, проходивших в библиотеке: раздел «Выставки online» сайта Российской национальной библиотеки; один из разделов интернет-проекта «Народы Удмуртии» Национальной библиотеки Удмуртской Республики содержит каталоги прошедших

книжных выставок, посвященных этнической истории, традициям и культуре народов, населяющих Удмуртию.

Еще одна задача библиотечных сайтов в деле продвижения чтения – **литературное ориентирование**.

На сайте Челябинской областной юношеской библиотеки им. В. В. Маяковского в авторской колонке «ПредпоЧтения» используется принцип сверстнической рекомендации, которую ведет начинающий специалист Д. Фомин. Молодой человек, близкий по возрасту, увлечениям, темпоритму жизни основной пользовательской категории библиотеки рассказывает о своем читательском опыте, о книгах, которые произвели на него большое впечатление. Статистика просмотров свидетельствует о том, что данная рубрика востребована у читательской аудитории [1].

Привлекая внимание читателей к книге через сайт библиотеки, нельзя забывать о его **краеведческом контенте**.

Национальная библиотека Удмуртской Республики, например, на своем сайте представляет

- **Национальную электронную библиотеку** – корпоративный архив электронных ресурсов библиотек республики (Национальной библиотекой УР, Удмуртского института истории, языка и литературы УрО РАН, Центральной муниципальной библиотеки им. Н. А. Некрасова), созданный и поддерживаемый Национальной библиотекой Удмуртской Республики;
- **мультимедийный библиографический справочник «Современные удмуртские писатели»**, созданный Национальной библиотекой Удмуртской Республики, который дает возможность получить систематизированные знания о современном литературном процессе в целом и ознакомиться с творчеством конкретных удмуртских писателей.

Сайт Национальной библиотеки Республики Татарстан предоставляет открытый доступ

- к электронным коллекциям **Национальной электронной библиотеки Республики Татарстан: «Татарика»** (документы по культуре, истории, литературе, искусству татарского народа и Татарстана конца XIX в. – середина XX в.), **«Прижизненные издания Габдуллы Тукая»** (книги классика татарской поэзии);
- к коллекциям **электронной библиотеки**.

Библиотеки размещают на своих сайтах и библиографическую информацию, что также способствует продвижению чтения. Например, Национальная библиотека им. С. Г. Чавайна Республики Мари-Эл на своем сайте размещает **списки «Новые книги по краеведению»**.

Многие библиотеки начали размещать на своих сайтах **литературные карты** – электронные энциклопедические краеведческие ресурсы. Литературные карты включают сведения о литературной жизни региона/города/района, а их основная цель – создание ценного информационного ресурса, посвященного многообразной литературной жизни, литературное образование населения и распространение знаний о роли своей «малой» родины в прошлой и настоящей культурной жизни России; приобщение к духовным ценностям региона/города/района всех заинтересованных людей.

Центральные региональные библиотеки создают литературные карты своих регионов: Алтайской КУНБ им. В. Я. Шишкова осуществлен проект «Литературная карта Алтайского края», Псковской ОУНБ – «Литературная карта Псковской области», Кемеровской ОНБ

им. В. Д. Федорова – «Литературная карта Кузбасса», НГОУНБ им. В. И. Ленина и ННГУ им. Н. И. Лобачевского – «Литературная карта Нижегородской области», Брянской ОНУБ им. Ф. И. Тютчева – «Литературная карта Брянской области».

Муниципальные библиотеки создают литературные карты муниципальных образований: Централизованная система массовых библиотек г. Уфы – «Литературную карту Уфы», Колыванская центральная библиотека (Новосибирская область) – «Литературную карту Колыванского района», Тимашевская межпоселенческая центральная библиотека (Краснодарский край) – «Литературную карту Тимашевского района», Печорская центральная районная библиотека (Псковская область) – «Литературную карту Печорского района».

В начале 2000-х годов при библиотеках начали создаваться **региональные центры книги и чтения**. Важное направление деятельности центров – разработка и ведение веб-сайтов или страниц на официальных сайтах библиотек.

В содержании веб-страниц многих центров можно выделить тематический блок, нацеленный на рекламу книги и чтения, призванный сориентировать в книжном потоке, предоставить информацию о наиболее ярких тенденциях литературной жизни. Этот тематический блок – один из наиболее вариативных и многоаспектных на сайтах центров чтения.

Так, некоторые библиотеки ведут рубрики, информирующие о наиболее значимых новинках литературы. При этом рассказывается о «новых книгах», под которыми могут подразумеваться как недавно вышедшие издания, так и новые поступления в библиотеку. Новые поступления отображаются на сайтах центров чтения Тверской ОУНБ («Новинки в фонде библиотеки») и Челябинской ОУНБ («Из новых поступлений ЧОУНБ»).

Многие центры используют свои страницы в качестве **рекомендательного ресурса**. Формы рекомендаций бывают быть разными: *рекомендательные списки* («Центр чтения рекомендует. "Книги, меняющие жизнь"» на сайте Нижегородской ГОУНБ), *обзоры* («Это читают...» в разделе Регионального центра чтения Кузбасса), *путеводители*, в том числе с разбивкой по отраслям и возможностью навигации («Открытые книги» – рекомендации Центра чтения Красноярского края). Тверской центр книги и чтения создает и выставляет на сайте уникальный ресурс – *ежемесячный информационный бюллетень «ЛитГид»*, который включает информацию о новинках литературы, об авторах, литературных премиях, анонсирует литературные мероприятия Тверской ОУНБ.

На страницах центров чтения отражаются различные **рейтинги**, дающие представление о **предпочтениях современных читателей**. Два раза в год в Брянской ОНУБ им. Ф. И. Тютчева составляются списки книг-лидеров читательского спроса в отделе абонента, который размещается в рубрике «Выбор читателя»; Региональный центр книги Архангельской ОНБ им. Н. А. Добролюбова размещает **рейтинги книжных продаж по данным книжных магазинов, газет и журналов**.

Некоторые центры информируют о литературной жизни России, размещая на своих страницах **литературные календари или информацию о литературных юбилеях текущего года**. Так, например, Региональный центр чтения Кузбасса ведет рубрику «Книги-юбилеяры», а виртуальный центр чтения «Читающая Брянщина» Брянской ОУНБ им. Ф. И. Тютчева размещает **Литературный календарь**.

Центры чтения уделяет внимание такому важному явлению современной литературной жизни, как **информирование о литературных премиях**. Формы подачи такой информации бывают разными. Информацию о книгах-лауреатах на своих страницах представляют Регио-

нальный центр чтения Кузбасса и виртуальный центр чтения «Читающая Брянщина», а Центр чтения Челябинской ОУНБ помимо краткой информации о премиях дает ссылки на их веб-сайты.

Современным инструментом продвижения библиотеки, книги и чтения в веб-среде являются **социальные медиа** – вид массовой коммуникации, использующий набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Среди социальных медиа: блоги и микроблоги, социальные сети, форумы, фото и видеохостинги.

**Библиотечный блог** – своеобразный дневник, где записи, изображения или мультимедиа, открытые для чтения, просмотра и комментирования, расположены в обратном хронологическом порядке. Среди целей создания библиотечных блогов – обмен опытом по продвижению книги и чтения, информирование о предстоящих библиотечных мероприятиях, о новых поступлениях в библиотечный фонд, создание он-лайн-клуба любителей чтения, где можно обсуждать книги.

Библиотечная блогосфера развивается очень активно. Об этом свидетельствуют всевозможные каталоги библиотечных блогов. На наш взгляд наиболее полным является [перечень в блоге «Миры библиотек»](#). В нем уже зафиксированы более тысячи блогов российских библиотек и библиотек ближнего зарубежья.

Блоги продолжают набирать популярность среди библиотекарей, как удобный и простой инструмент для продвижения библиотек в виртуальной среде. Причин этому несколько: блог может вести любой желающий, блоги не требуют финансовых вложений, блогов может быть много и по разным темам, блоги носят неофициальный, непринужденный характер. Некоторые библиотеки ведут одновременно несколько блогов. Например, Центральная городская библиотека им. А. С. Пушкина г. Каменск-Уральска ведет [блог «Интернет – Зазеркалье»](#), [«Книжная тарелка»](#) – рекомендательный блог-проект для любителей литературы, [«Мой библиомир»](#).

Любой блог, в том числе и библиотечный, располагает большим количеством тегов (тем/ключевых слов/меток/ярлыков), облегчающих поиск сообщений. Для удобства поиска все теги в блоге группируются в своеобразный список/каталог – облако тегов. Например, облако тегов блога [«Интеллектуальный кофе»](#) Национальной библиотеки Удмуртской Республики позволяет без труда ознакомиться со списком ста лучших романов мировой литературы или самыми влиятельными книгами современности по мнению пользователей Facebook; активировав тег «Google и книги», можно просмотреть первый русскоязычный ролик о рекламе чтения, снятый компанией Google и т. д.

Библиотечные блоги бывают персональными, корпоративными, коллективными. Есть тематические блоги, новостные блоги, блоги профессиональных сообществ, блоги – альтернативы официальным сайтам.

Иногда создаются блоги-проекты и блоги-акции. Например, коллективный библиотечно-педагогический [блог проекта «Валентин Распутин»](#) к 75-летию писателя или [блог межрегионального интернет-проекта «Классика в неформате»](#).

Продвигают книгу и чтение библиотеки и **в социальных сетях**. Социальные сети (Social networking) – сайты, ориентированные на создание сообществ пользователей объединенных общими интересами. Участники социальных сетей получают возможность разместить на сайте собственное представительство – личный аккаунт, страницу – своеобразную площадку для общения, обмена мнениями. Так как большую часть аудитории социальных

сетей составляют молодые люди до 35 лет, то такое представительство в них библиотеке необходимо для того чтобы активно коммуницировать на молодежной территории.

Как правило, библиотеки создают свои мини-представительства сразу в нескольких социальных сетях. Например, Национальная библиотека Удмуртской Республики представлена в сети «ВКонтакте», «Twitter», «Facebook», «Одноклассниках».

На своих официальных сайтах библиотеки дают ссылки на представительства в социальных сетях, что значительно облегчает пользователям процесс их обнаружения.

Одной из популярных форм распространения информации в социальных сетях являются открытые тематические группы, которые позволяют сегментировать аудиторию по интересам, способствуют общению с ней в режиме диалога и получению обратной связи в виде голосования, составления рейтингов, комментариев и других способов выявления эффективности работы групп или страниц. Среди таких групп насчитываются тысячи сообществ, посвященных книгам и чтению, многие из которых ведутся представителями библиотечного сообщества.

Например, страница «Пятерочка – библиотека пос. Александровская» библиотеки-филиала № 5 Санкт-Петербургской ЦБС Курортного административного района – одна из наиболее активно посещаемых (более трех тысяч подписчиков), имеет качественный контент, анонсы мероприятий, конкурсов и т. д.

В открытой группе «ВКонтакте» Свердловской областной библиотеки для детей и юношества (более тысячи подписчиков) межчитательское общение происходит в рамках обсуждения таких тем как «Первая книга, проложившая путь к вашему сердцу...», «Какими будут книги в будущем?», «А что читаете Вы?», «Книга 21 века, какая она?», «Экранизация книг», «Хотели ли вы когда-нибудь переписать конец книги?».

Челябинская областная юношеская библиотека пытается приблизить книгу к пользователю с помощью специально созданного для группы «ВКонтакте» приложения «Литературное онлайн-радио». Оно представляет собой «приемник» (точку доступа), где собраны онлайн-радиостанции, вещание которых связано с литературой: литературное радио «Звуко-Книга», на волнах которого звучат записи классиков мировой литературы; «Литературное радио», в центре которого находится современная русская литература; «Радио Фантастики» которое дает возможность услышать произведения грандов этого жанра. С помощью данного приложения можно слушать записи литературных произведений практически круглосуточно.

Одной из ведущих тенденций интернет-пространства последнего времени является повышенный интерес к видеоконтенту, представленному как на отдельных сайтах, так и в социальных сетях, блогах и специализированных ресурсах. Существует множество возможностей для распространения собственного видео в Интернет. Одним из наиболее удобных и эффективных способов является размещение роликов **на видеохостингах** [5].

Видеохостинг – веб-сервис, предоставляющий возможность размещения, хранения, просмотра и продвижения видео в интернет-пространстве.

Российские библиотеки активно используют видеохостинги. Чаще всего на подобных ресурсах библиотеки размещают сюжеты о своей деятельности, самостоятельно созданные ролики о книгах и писателях, записи с конференций и библиотечных мероприятий, интервью с сотрудниками библиотеки, новостные сюжеты, посвященные библиотечной жизни.

Первопроходцем в сфере видеохостинга стал основанный в 2005 г. YouTube, предоставляющий возможности создания собственного библиотечного видеоканала как эффективного инструмента продвижения библиотечных услуг, демонстрации достижений библиотеки, повышения ее имиджа, а в конечном итоге – привлечения пользователей к книге и чтению. Среди библиотек, имеющих собственные каналы: Калининградская ОНБ, Пензенская ОБ им. М. Ю. Лермонтова, Национальная библиотека Удмуртской Республики, Новосибирская ГОНБ и другие.

Чаще всего, именно сервис YouTube используется библиотеками для размещения **буктрейлеров** – коротких видеороликов, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов – продвижение чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств. Как правило, продолжительность буктрейлера составляет не более 3 минут. Такие ролики снимают к современным книгам и к книгам, ставшим литературной классикой.

Изначально буктрейлеры создавались как часть рекламной кампании для книжных ярмарок. В настоящее время буктрейлеры размещаются на видео-каналах издательств или книжных магазинов в YouTube или их сайтах. Очень активно приступили к созданию буктрейлеров библиотеки. Начали проводиться конкурсы буктрейлеров на разных уровнях:

- *всероссийском* – номинация Российской библиотечной ассоциации «Библиотечный буктрейлер» III Всероссийского конкурса буктрейлеров в 2014 г.;
- *региональном* – Республиканский конкурс буктрейлеров «Мы с ними шли дорогой войны» (Удмуртская Республика, 2015 г.);
- *муниципальном* – конкурс буктрейлеров «Представляю любимую книгу» (ЦБС г. Аст-рахани, 2015 г.).

В жизнь библиотек, в связи с активным освоением библиотекарями интернет-пространства, вошли **сетевые (телекоммуникационные) проекты**. Под ними понимается совместная деятельность участников, организованная на основе компьютерной телекоммуникации, имеющая общую проблему, цель, согласованные методы, способы деятельности, направленная на достижение определенного результата.

Сетевые проекты это пока еще нетрадиционная и во многом инновационная форма работы библиотек. Большинство подобных проектов имеют следующие отличительные черты:

- иницируются «снизу», а не спускаются руководством сверху (например, либмоб, конкурс библиотечных блогов или библионочь, которая стала теперь ежегодной Всероссийской акцией – все эти проекты родились в соцсетях в ходе неформального общения библиотекарей, а не в кабинетах начальства);
- объединяют библиотеки разных типов и уровней (федеральные, региональные, муниципальные, межпоселенческие);
- сетевые интернет-проекты часто разрывают замкнутый круг библиотечного профессионального общения и реализуются в социальном партнерстве с представителями других профессий (педагогами, издателями, СМИ);
- такие проекты являются наглядным примером пересечения реальной и виртуальной жизни библиотек, подтверждающим, что работа в Сети может способствовать развитию профессионального мастерства и продвижению библиотеки, книги и чтения.

Площадкой для подобных проектов являются библиотечные сайты, блоги, социальные сети.

В 2009 г. в Санкт-Петербурге стартовал, ставший с тех пор ежегодным, *общегородской проект «Читающий Петербург: выбираем лучшего зарубежного писателя»*, иницииро-

ванный ЦГПБ им. В. В. Маяковского. Цель проекта – привлечь внимание жителей Санкт-Петербурга к творчеству лучших современных зарубежных писателей. Участники проекта – культурные центры и департаменты генеральных консульств стран Европы, США и Латинской Америки в Санкт-Петербурге представляют российским читателям имена писателей-соотечественников и рекомендуют их литературные произведения для выдвижения по одной из следующих номинаций: «Лучший зарубежный писатель, произведения которого не изданы в переводе на русский язык», «Лучший зарубежный писатель, произведения которого изданы в переводе на русский язык» [3].

Голосование за писателей проводится непосредственно в библиотеках города и в зарубежных культурных центрах (участниках проекта), а также на официальном сайте ЦГПБ им. В. В. Маяковского, где создан раздел, посвященный проекту, и даны ссылки на адреса сайтов иностранных участников проекта со сведениями об авторах и их произведениях.

В 2011 г. на сайте Челябинской ОЮБ был запущен *сетевой проект «КНИГА, или Совет звездного читателя»*. Разработчики проекта так объяснили его название: «...книга, предложенная библиотекарем или знакомым, – это просто книга. А книга, порекомендованная известным человеком (может быть, чьим-то кумиром), приобретает двойной вес и становится КНИГОЙ!».

Суть данного проекта: читатели-звезды разных сфер деятельности делятся своими размышлениями о том, какое место чтение занимает в их жизни и о том, что, по их мнению, должен прочитать каждый молодой человек, а также дают свои рекомендации.

Среди знаменитостей, которые прислали свои размышления, люди разного возраста, рода занятий, читательского интереса: футболист Андрей Аршавин, писатель Олег Рой, телеведущая Татьяна Лазарева, комментатор спортивного вещания Василий Соловьев, ди-джей Александр Белоусов и многие другие. Советы читателей-звезд были любопытны молодежной аудитории, а многочисленные комментарии превратились в диалог о том, что читать [1].

Сетевым проектом можно считать *Областной краеведческий конкурс «Читаем Ломоносова»*, посвященный 300-летию со дня рождения М. В. Ломоносова, организованный в 2011 г. Архангельской ОНБ им. Н. А. Добролюбова.

Специально к юбилею библиотекой был создан сайт «Ломоносов – великий сын Поморья», адресованный всем, кого интересует биография и творческое наследие великого ученого.

Участником конкурса мог стать любой житель Архангельской области, ответивший на вопросы конкурса. Поиск правильных ответов можно было осуществить с помощью книг, изданных в серии «Ломоносовская библиотека». Книжные комплекты двух выпусков серии были безвозмездно переданы во все библиотеки Архангельской области.

Кроме ответов на вопросы, необходимо было выполнить творческое задание на тему: «Что значит для Вас сегодня книга и чтение?». Ответ на этот вопрос можно было дать в любой литературной или художественной форме, представить аудио- видеоролик, электронную презентацию [6].

Библиотечная блогосфера – очень креативная среда. Весной 2011 года во многих городах и селах прошел *либмоб «Как пройти в библиотеку?»*. Идея либмоба появилась в блоге «Библио-S-путник» Городской детской библиотеки имени А. С. Пушкина г. Саров (Нижегородская область), была подхвачена библиотечными блогерами и быстро распространилась среди российских библиотек. В день празднования Общероссийского Дня библиотек, сотни

библиотекарей в различных населенных пунктах страны вышли на улицы, чтобы спросить, знают ли жители, как пройти в библиотеку. Остальные детали проведения либмоба – на усмотрение участников. Например, сотрудники библиотеки семейного чтения им. А. Николаева г. Новочебоксарска (Чувашская Республика), тому, кто не знал ответ на вопрос, вручали визитки, разясняли, чем именно ему может быть полезна их библиотека. Тот же, кто правильно указывал путь, получал конфету и визитку, чтобы передать ее тому, кто еще не знает, где библиотека находится.

Это была первая акция библиотечных блогеров, вышедшая за рамки блогов в реальную библиотечную жизнь. С тех пор Либмоб стал хорошей традицией, и проводится на протяжении всех последующих лет. География участников акции расширяется.

В 2014 году Городской детской библиотекой им. А. С. Пушкина (г. Саров, Нижегородская область), Новосибирской ОДБ им. М. Горького и Центральной городской библиотекой им. А. С. Пушкина (г. Каменск-Уральский, Свердловская область) был инициирован *сетевой межрегиональный интернет-проект «Классика в неформате»* [2].

Цель проекта – привлечение внимания интернет-пользователей к русской классике и современной литературе через включение в самостоятельную творческую деятельность по созданию видеороликов.

В рамках проекта проводился конкурс работ, выполненных в любой технике (мультфильм, фотовидеоколлаж, видеofilm, смешанные техники), созданных по темам и мотивам отдельных произведений, книг, биографических фактов или творчества русских классиков, а также современных писателей, продолжающих их традиции.

Авторы должны были самостоятельно опубликовать свои работы на канале YouTube с открытым просмотрным доступом, заполнить анкету участника в специально разработанном [блоге проекта «Классика в неформате»](#).

В результате проекта создана коллекция информационно-творческих видеоматериалов по продвижению классики и современной литературы, которые могут найти практическое применение в работе различных учреждений культуры и образования. Коллекция размещена [в одноименном блоге проекта](#). Распространение в Интернете таких оригинальных видеороликов может содействовать привлечению внимания интернет-пользователей разного возраста и созданию мотивации к чтению.

Данный интернет-проект – является наглядным примером нестандартной формы работы, так как был инициирован «снизу» и строился на тесном социальном партнерстве библиотек разных регионов, педагогов и библиотечных СМИ. Кроме того, мероприятия этого проекта реализовывались на пересечении реальной и виртуальной жизни библиотек.

На протяжении нескольких лет действует *online-проект продвижения книги и чтения «Книжные сезоны»*. Стартовой площадкой проекта является [блог «Стилиус»](#) Владимирской ОНБ им. М. Горького. Проект знакомит с литературными прочтениями на темы времен года. Зимой читателям предлагают читать увлекательные рождественские истории и сказки, весной – книги о... чувствах, летом – книги современных авторов, осенью – произведения на «вечные» темы. Все, созданные в рамках проекта буктрейлеры, можно посмотреть в [блоге «Стилиус»](#). Проект «Книжные сезоны» действовал на протяжении нескольких лет, вплоть до 2014 года.



Весной 2015 года на этом же блоге «запущен» *видеопроjekt библиотек Владимирского региона «BookStory. Смотрим, читаем, размышляем...»*, нацеленный на то, чтобы помочь книгам найти своего читателя. В первом выпуске представлены книги: Н. Берберовой «Чайковский», Р. Бредбери «И грянул гром», Е. Катишонок «Жили-были старик со старухой», И. Шмелева «Лето Господне», М. Шолохова «Судьба человека». Для того чтобы не пропустить новые выпуски, необходимо подписаться на канал.

С января по октябрь 2015 года реализуется *межрегиональный интернет-проект «Книжный шкаф поколения next»*. Организаторами являются Новосибирская ОДБ, Екатеринбургский Дом Учителя, Муниципальное объединение библиотек Екатеринбурга, Владимирская ОНБ, Центральная городская детская библиотека им. А. С. Пушкина (г. Саров Нижегородская область). Создан блог с одноименным названием «Книжный шкаф поколения next».

Цель проекта – создание интернет-ресурса, содержащего рекомендации, методические материалы в разных форматах (текст, видео) по проблемам детского чтения и коллекцию электронных читательских дневников детей школьного возраста.

Проект предполагает объединить работу с текстом художественного произведения («глубокое» прочтение) и представление личных читательских впечатлений о книге с помощью различных интернет-сервисов путем создания читательских дневников «в цифре», включающих видео, аудио, интерактивные плакаты, виртуальные путешествия, QR-коды, инфографику и др.

Проект реализуется в три этапа: обучающий, конкурсный, подведение итогов. Второй этап – конкурс электронных читательских дневников. В результате совместной деятельности участники проекта предполагается создать электронный ресурс, содержащий рекомендации, методические материалы в разных форматах (текст, видео) по проблемам детского чтения и коллекцию электронных читательских дневников.

Сотрудникам библиотек будет полезен именно первый этап проекта – обучающий, состоящий из 22 вебинаров. Тематика их довольно разнообразна: «Современная детская литература», «Новые издания о войне на книжной полке подростка», «Создаем мультимедийный контент вместе с читателями», «Мотивация к прочтению художественных произведений при помощи современных технологий», «Электронный читательский дневник: каким ему быть?» и ряд других. Для тех, кто не смог присутствовать на вебинаре, опубликованы их видеозаписи. В конкурсном этапе проекта выделены следующие номинации:

- «Военная полка» – электронные читательские дневники по произведениям, раскрывающим тему Великой Отечественной войны.
- «Золотая полка» – электронные читательские дневники по произведениям любимых книг современных детских писателей и классиков.
- «Знай наших!» – электронные дневники, созданные по произведениям местных авторов.

В настоящее время проект еще не завершен. В блоге проекта размещена коллекция электронных читательских дневников на произведения Н. В. Грачева «Жизнь прожить», В. Распутина «Уроки французского», В. Балачана «О жизни думаю стихами», Е. Носова «Усвятские шлемоносцы», В. Крапивина «Журавленок и молнии», И. Ф. Панькина «Откуда у моряков взялась сила» и других.

В 2012 году Хасавюртовская центральная городская библиотека инициировала *международную акцию «Читаем Расула Гамзатова»* и зарегистрировала ее в социальной сети

«Facebook». Параллельно был создан [блог акции](#). Главная цель акции – привлечь внимание юношей и девушек из разных стран мира к поэзии вообще и к творчеству великого поэта современности Расула Гамзатова, в частности.

Участниками акции стали библиотеки разных типов (национальные, областные, городские, районные, сельские, университетские, школьные) из Азербайджана, Армении, Молдавии, России, Таиланда, Украины, Эстонии, Приднестровья. Каждая из 53 библиотек, включившихся в акцию, вела в Интернете специальный дневник своего проекта, где размещались заметки о ходе его реализации, разработанные библиотекарями методические материалы, ссылки на найденные сетевые тематические ресурсы, репортажи с состоявшихся событий, интервью, отзывы, фотографии, видеосюжеты и другая разнообразная информация.

В конце апреля 2012 г. сотрудники Центральной библиотеки им. А. С. Пушкина г. Каменска-Уральского (Свердловская область) предложили в Facebook рассказать о своих любимых книгах в социальных сетях. Идея нашла поддержку у коллег библиотечного сообщества и как результат была придумана **акция «Флешбук»** (книжный флешмоб в Интернете), в ходе которой все желающие могли к Общероссийскому дню библиотек оформить аккаунт (страничку) в любой социальной сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Мой Мир и др.) на название своей любимой книги и пригласить на нее как можно больше друзей. В течение месяца знакомить их с книгой, публикуя фрагменты текста, иллюстрации, биографию автора, личные ощущения и т. д. [7].

Акция преследовала следующие цели: научиться комбинировать электронные ресурсы и печатный формат; наполнить интернет интересным, информативным и ярким контентом, созданным как профессионалами, специалистами библиотек и ВУЗов, так и пользователями сети, читателями; не только собрать в Сводном каталоге ссылки на книжные страницы, но и предоставить свободную площадку для общения, обмена мнениями и обсуждения проблем чтения.

Был создан [блог акции](#), в котором в соответствующих рубриках («Детские странички», «Странички для взрослых», «Для всей семьи», «Нон-фикшн» (деловая или критическая проза) собирались ссылки на книжные аккаунты и полезные советы для начинающих флешбукеров.

В результате этой акции из полученных ссылок был сформирован Сводный каталог книжных страниц, своеобразного рекомендательного сервиса.

В 2014 г. Оренбургская областная Библиотека для молодежи проводила **всероссийскую сетевую литературную акцию «Ремарк. Осень»**, приуроченную к юбилею одного из самых известных романов немецкого писателя «Жизнь взаимы». Акция призвана объединить российские библиотеки в совместной деятельности с пользователями. Целью акции является развитие интереса к книге и чтению у молодого поколения, создание условий для мотивации творчества молодежи. Инициативными библиотекарями ВКонтакте была создана [группа «Ремарк. Осень»](#). Акция состояла из двух частей: «Две минуты с Ремарком» и «День Ремарка». «Две минуты с Ремарком» – часть акции, которая проводилась в сети, где пользователи могли высказать свое мнение о книгах писателя в виде буктрейлера, видеоролика в виде рассказа о книжной выставке или просто видеорассказа о своих впечатлениях о книге.

Подводя итог данного обзора, можно уверенно сказать, что современные технологии, если правильно ими воспользоваться, не сбрасывают книгу с престола, а наоборот – помогают привлечь к чтению. Это инструмент, который способен развить не только доступ, но и мотивацию к чтению. Понимая важность этого, на заседании Совета РБА (18 мая 2014 го-

да) было принято решение о создании при Секции по издательской и книгораспространительской деятельности рабочей группы «Библиотеки и социальные медиа».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Архипова И. В. Читать не скучно: результативные технологии поддержки чтения в Челябинской областной юношеской библиотеке : [доклад] // Информационный бюллетень Российской библиотечной ассоциации. 2013. № 68. С. 156–159.
2. «Классика в неформате»: межрегиональный интернет-проект // Современная библиотека. 2014. № 5. С. 8–9.
3. Кузнецова Т. В. Продвижение чтения в мегаполисе: стратегия библиотек (из опыта общедоступных библиотек Санкт-Петербурга) // Информационный бюллетень Российской библиотечной ассоциации. 2011. № 60. С. 108–113.
4. Национальная программа поддержки и развития чтения и методические рекомендации по ее реализации : сборник материалов / сост. Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова. – М. : Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2009. – 480 с.
5. Новикова М. И. Видеохостинги как средство продвижения услуг библиотеки // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 4 (17). С. 63–67.
6. Титова Г. П., Витязева О. А. Возьмемся за руки, друзья! : сетевые акции по продвижению чтения // Библиотечное дело. 2013. № 15. С. 36–40.
7. «Флешбук» – новая акция библиотечных блогеров // Современная библиотека. 2012. № 3 (23). С. 83.

*Составитель:  
главный библиограф отдела  
информационно-библиографического обслуживания  
О. Г. Колесникова*