

Шевелёва А. А., студент 331 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Гладырева Н. А.,
преподаватель

ФОРМЫ ПОДДЕРЖКИ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В БИБЛИОТЕКЕ

Читательская потребность является одной из основных разновидностей духовных потребностей личности, определяющих ее культурный и нравственный уровень. Долгое время внимание библиотекарей и библиографов было направлено на процесс чтения, который О. П. Коршунов определил как «процесс потребления информации, который расширяет и углубляет знания индивида, развивает его читательские потребности и возможности» [4]. Далее произошла трансформация читательских потребностей в понятие «читательская активность». Наиболее полным можно считать определение С. В. Олефира, который трактует читательскую активность как «наличие у человека читательских потребностей и интересов, внутренних побуждений, которые формируются лишь в процессе и под влиянием самостоятельной, свободной от мелочного контроля и опеки деятельности..., что всегда предполагает наличие вариантов, между которыми можно и нужно выбирать» [5].

В рамках данного исследования, читательская активность дифференцируется на личную и профессиональную.

Личная читательская активность формируется под влиянием многих факторов. Например, отношение к чтению в семье, отзывы и рекомендации друзей, влияние учителей и преподавателей, реклама в

информационном пространстве. К признакам личной читательской активности стоит относить: частоту чтения (ежедневное / еженедельное чтение, регулярное / периодическое), мотив к чтению (исходя из личного желания, чтение по необходимости), длительность процесса чтения, читательские предпочтения в выборе книги (содержательный (сюжетный) / физический (шрифт, обложка, общее состояние издания).

Профессиональная читательская активность представлена такими показателями как оценка читательской активности по количественным показателям (анализ формуляров), статистические показатели деятельности библиотек (количество читателей, посещений, книговыдач, число проведенных мероприятий).

Повышение уровня читательской активности в библиотеке – сложный и многогранный процесс, включающий в себя разнообразные формы поддержки чтения. Их можно представить в рамках следующих групп:

Деятельностная группа: литературные (читательские) клубы, мероприятия, конкурсы и проекты, игровые формы работы с читателями, встречи с участниками литературного и издательского процесса, творческие вечера.

Информационная группа: обзоры новых книг, тематические подборки публикаций, книжный контент (ролики на книжную тематику, книжные блогеры).

Медиа-интерактивная группа: онлайн-опросы, онлайн-викторины, рейтинги книг и писателей, голосования.

Одним из наиболее эффективных способов стимулирования читательской активности в рамках *деятельностной группы* можно назвать использование игровых форм работы с пользователями. Они будут максимально результативны в случае их применения в школьных,

детских библиотеках ввиду восприимчивости детей к подобным формам подачи информации. В работе с ними дополнительно можно применять имитации, ролевые игры, деловой театр [1]. Эти способы предполагают обращение читательского внимания на конкретное произведение или автора, помогают прочувствовать атмосферу и подталкивают к дополнительному самостоятельному ознакомлению.

Формы поддержки и стимулирования читательской активности, относящиеся к *информационной группе* определяют свою главную функцию – информационную, цель которой обзреть и предоставить информацию по различным темам. Как правило, формы данной группы подразумевают потребление информации без обратной связи. Одна из самых распространенных среди них – выставки литературы. При их организации используется большое количество элементов, которые делают данную традиционную форму интересной и зрелищной: иллюстративный материал, фон, шрифты для заголовка, разделов и цитат, натуральные предметы, макеты, модели, плакаты, бутафория. Однако при создании выставки не стоит забывать, что центром все же является книга. При ее выборе для выставки предпочтение стоит отдавать яркой обложке, запоминающемуся названию, цепляющим заголовкам (например, «книга-бестселлер», «книга-экранизация»). Успех выставки зависит от множества факторов, основными из которых являются: выявление и отбор документов, разработка структуры выставки, определение заголовка, названия разделов, подбор цитат и иллюстраций, реклама [3]. Это необходимо для того, чтобы визуально привлечь и удержать внимание читателей, что приведет к повышению читательской активности.

Однако подобная традиционная форма склонна к виртуализации, что предоставляет новые возможности не только по раскрытию

библиотечных фондов, но и стимулированию читательского интереса, разных видов культурной коммуникации. Интернет позволил развиваться таким формам общения с читателями как флешмобы, блоги, аудиоподкасты, интернет-буккроссинги и т.д. [2].

Формы, относящиеся к *медиа-интерактивной группе* позволяют установить контакт с помощью информационно-коммуникативных технологий, что не требует непосредственного присутствия читателя в библиотеке. Пользователь не просто воспринимает готовую информацию в любое время суток, но и становится равноправным участником коммуникационного процесса: может ставить оценку, влиять на книжный рейтинг, делиться им с друзьями, участвовать и побеждать в конкурсах и викторинах. При верном использовании форм данной группы можно достичь множества результатов. Например, выявить читательские предпочтения, определить желаемые читательские потребности в будущем, установить особенности процесса чтения.

Таким образом, формы поддержки читательской активности в библиотеке можно представить в виде трех групп, а именно: деятельностная группа (физическое присутствие и участие пользователей); информационная группа (предоставление информации о книжных новинках и событий в мире литературы); медиа-интерактивная группа (установление контакта с читателями в рамках виртуального пространства). Не смотря на отличие указанных групп друг от друга, формы каждой из них склонны к цифровизации. Например, конкурсы и проекты могут проводиться физически в библиотеках с применением технических средств (проектор, компьютер, интерактивная доска), однако их можно также реализовать в медиа-пространстве (онлайн-

проекты, конкурсы в социальных сетях). Это дает дополнительную возможность развития и расширения для каждой формы.

Библиотека должна быть привлекательным местом для общения, культурного проведения досуга молодых людей, их творческой самореализации, тесно взаимодействовать со своими читателями и использовать в работе с ними как традиционные, так и современными методы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аскарова, В. Я. Культурная политика в сфере стимулирования читательской активности молодежи: приоритеты цифровой эпохи [Электронный ресурс] / В. Я. Аскарова, М. В. Курмаев // Сфера культуры. – 2022. – № 2. – С. 113-128. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-politika-v-sfere-stimulirovaniya-chitatelskoj-aktivnosti-molodezhi-prioritety-tsifrovoy-epohi>. – Дата доступа: 01.02.2024.

2. Веденеева, С. А. Игровые технологии на уроках русского языка и литературы, географии и ОБЖ [Электронный ресурс] / С. А. Веденеева, Л. Н. Гришина, М. Б. Елистратова. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/67/3432>. – Дата доступа: 30.03.2024.

3. Книжная выставка в библиотеке: виды и формы, порядок разработки и оформления [Электронный ресурс] / ГБУК Республики Хакасия «Хакасская республиканская детская библиотека» // Книга на волне. – Режим доступа: <https://kniga-na-volge.ru/activity/methodical/metod-recommend/formy-vystavok/>. – Дата доступа: 03.04.2024.

4. Коршунов, О. П. Библиографоведение: общий курс [Электронный ресурс] / О. П. Коршунов. – Режим доступа: <https://www.lib.tsu.ru/win/metod/Korschunov.pdf>. – Дата доступа: 29.03.2024.
5. Олефир С. В. Мониторинг читательской активности: метод. рекомендации / С. В. Олефир. – Москва : Чистые пруды, 2008. – 30 с.
6. Скорина, Е. Популяризация книги и чтения [Электронный ресурс] / Е. Скорина. – Режим доступа: https://prodedovich.blogspot.com/p/blog-page_13.html. Дата доступа: 07.02.2024.
7. Чернышева, Л. Н. Взаимосвязь читательской потребности, мотивации и интереса в процессе формирования юного читателя [Электронный ресурс] / Л. Н. Чернышева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-chitatelskoy-potrebnosti-motivatsii-i-interesa-v-protssesse-formirovaniya-yunogo-chitatelya#:~:text=> – Дата доступа: 29.03.2024.

Шимко Д. Н., студент 201 группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Смоликова Т. М.,
кандидат культурологии, доцент

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КНИЖНЫХ ИЗДАТЕЛЬСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Каналы коммуникации, которые используются в деятельности книжных издательств достаточно разнообразны, к ним можно отнести: