

ГБУК Архангельской области «Архангельская областная научная ордена «Знак Почета»
библиотека имени Н. А. Добролюбова»

Отдел библиотечного развития

Современные формы продвижения книги и чтения

Методические рекомендации

Смирнова Ирина Алексеевна, библиотекарь

2017

Введение

Продвижение книги и чтения – приоритетное направление деятельности любой библиотеки. Однако методы и формы популяризации книги за последние несколько лет существенно изменились. Сегодня библиотекари ведут активный поиск нестандартных форм продвижения книги и чтения, внося в традиционную работу новые идеи. Развитие информационно-коммуникативных технологий также отразилось на общественном сознании читателей, поэтому библиотекам, чтобы упрочить и переосмыслить свое место в социуме, необходимо использовать принципиально новые формы работы.

Многие специалисты библиотек, перенимая сегодня передовой опыт или создавая собственный продукт, употребляют термин «инновация». Теоретики в области библиотечных инноваций – Е.Н. Гусева, И.Ю. Матвеева и другие – считают, что на сегодняшний день в библиотечной сфере не выработано четкое понимание термина «инновация». В основе этого понятия лежит элемент «новизны». Но насколько новыми являются формы, которыми оперируют современные библиотекари? Мы используем звучные или заимствованные названия, под которыми зачастую скрываются традиционные, давно известные и зарекомендовавшие себя формы. В этом случае, разговор об инновациях будет спорным. В методических рекомендациях мы попробуем определить степень новизны предлагаемых форм, историю их создания, методику проведения, плюсы и минусы в использовании. При этом не будем спешить с заявлениями об инновационности деятельности библиотек, а проверим, не являются ли эти новые формы вариантами традиционных.

Целями рекомендаций являются:

- 1) обзор эффективных современных форм продвижения книги и чтения, которые внедряют в свою деятельность российские библиотеки;
- 2) представление опыта поддержки чтения АОНБ им. Н.А. Добролюбова;
- 3) оценка эффективности представленных форм продвижения книги и чтения.

Методические рекомендации будут интересны тем библиотекарям, кто занимается популяризацией книги среди молодого поколения читателей, а также продвижением книги в «нечитающую» среду. Автор старался рассмотреть опыт деятельности библиотек последних лет и представить несколько наиболее успешных и интересных моделей продвижения книги.

Современные формы продвижения книги и чтения

Поддерживать чтение, в первую очередь, необходимо в отношении молодой аудитории, читательская культура которой только формируется, а также в отношении нечитающей аудитории, которой необходимо привить интерес к книге. В этом случае помощниками библиотекарю будут необычные или непривычные для читателей формы, формы с игровыми элементами, которые привлекут внимание молодого читателя. При этом важно не уйти в развлекательность, которая должна стать лишь способом продвижения книги и чтения, а не самоцелью.

В рамках этих рекомендаций рассмотрим следующие примеры форм продвижения книги и чтения:

- 1) викторина с использованием **QR-кода**;
- 2) форма, основанная на рассказывании историй – **сторителлинг**;
- 3) соревнование - **«книжный вызов»**;
- 4) конкурс **букслэм**;
- 5) необычная интерактивная форма – **книга-игра**.

Быстрым, доступным и современным помогает сделать процесс «доставки» книги читателю **QR-код**. Такие коды могут вывести читателя на сайт библиотеки, контактную информацию, рассказать о ее услугах; расположенные на обложке книги, они дают быстрый доступ к аннотации.

История появления: двухмерный штрихкод был разработан еще в 1994 году в Японии. «QR» – это сокращение от «QUICK RESPONSE» – «**БЫСТРЫЙ ОТКЛИК**». QR-код позволяет быстро доносить зашифрованную информацию до пользователя. В нем можно закодировать любую информацию (цифры, текст, символы, ссылки и т.д.), которая считывается с помощью программы для распознавания QR-кода. Специальное считывающее программное обеспечение устанавливается на мобильных телефонах, смартфонах и ноутбуках.

Примеры использования в библиотеке: в Крымском республиканском учреждении «Юношеская библиотека» на каждом стеллаже абонементов расположены указатели с QR-кодами. Они ведут на специально созданную страницу на сайте библиотеки, где можно посмотреть краткую информацию о разделе литературы, список наиболее читаемых авторов, оставить свой отзыв на отдельную книгу или автора в специальном разделе сайта. Там же можно почитать комментарии других читателей. QR-коды расположены как на самом стеллаже, так и на отдельных полках.

QR-коды также можно использовать для проведения викторин и квестов. Централизованная библиотечная система г. Липецка в марте 2015 года инициировала проект «Быстрый отклик: сЧИТАЙ меня!». В городском общественном транспорте появились черно-белые квадраты QR-кодов, в которых были зашифрованы известные литературные произведения. Они были закодированы без указания автора, угадать которого было предложено читателям-пассажирам. Участники викторины присылали ответы на электронную почту. Задания менялись в транспорте каждые две недели. Узнавший наибольшее количество авторов зашифрованных стихов стал победителем проекта и был награжден.

Методика:

- 1) подбор информации;
- 2) преобразование ее в QR-код: с учетом того, что эти коды не были лицензированы, каждый желающий может не только использовать QR-коды, но и создавать их совершенно бесплатно. Необходимо открыть QR-код генератор, воспользовавшись бесплатными сервисами, которые можно найти в интернете (<http://qrcoder.ru/>), ввести информацию в специальное поле для кодирования, подтвердить

действие. На экран будет выведен ваш QR-код, который можно сохранить в виде файла в различных форматах (JPEG, PNG или TIFF);

3) размещение зашифрованной информации;

4) поскольку такие коды не являются распространенными среди пользователей библиотек, желательно рядом с QR-кодом разместить краткую информацию о нем и инструкцию, как распознать закодированную информацию. Эта информация может выглядеть так: «Для того чтобы отсканировать QR-код, Вам нужно установить программу-сканер QR-кода. Эти приложения Вы сможете получить на интернет-порталах App Store и Android Market. Затем необходимо выполнить следующие шаги:

- запустите программу QR-сканер;
- наведите камеру устройства на код;
- программа распознает содержимое, и Вы узнаете задание».

Плюсы и минусы: использование традиционных форм с применением QR-кодов дает положительный эффект в работе по продвижению книги и чтения. Плюсы: традиционная форма викторины с использованием QR-кода способствует продвижению книги в молодежную среду, дает возможность самостоятельно, быстро и легко получить задание, позволяет кодировать большое количество информации. Минусы: доступно только для тех, кто пользуется смартфонами или планшетом с камерой, необходимо установить программу, считывающую код.

Новой для библиотек формой продвижения книг в читательскую среду является **сторителлинг**.

История появления: сторителлинг (англ. – storytelling, «рассказывание историй») – это метод неформального обучения, основанный на передаче информации и знания путем устной речи. Разработал этот метод Дэвид Армстронг, глава корпорации «Armstrong International». Он обратил внимание на следующий психологический фактор: рассказы значительно легче воспринимаются, они более увлекательны и интересны, чем логические доводы и сухие рассуждения.

Примеры использования: в библиотеке сторителлинг используют как форму продвижения книги. Например, в 2015 году в Библиотеке семейного чтения № 9 им А. В. Жигулина г. Воронежа в рамках проекта «Библио-Сторителлинг: история волшебства» детям рассказывали сказки и показывали их с помощью кукольного театра. Участники смогли и послушать настоящего сказочника, и сами стать рассказчиками занимательных историй, и смастерить своими руками игрушку. Перед началом работы над проектом сотрудники библиотеки сами приняли участие в мастер-классах по сторителлингу, проходивших в г. Воронеже в рамках международного фестиваля театра для детей «Большая перемена».

Методика:

1) тщательный отбор произведений: они должны легко адаптироваться к пересказу, сюжет должен заинтересовать слушателей;

2) продумать структуру рассказа: найти «изюминки», которые «зацепят» внимание слушателей, определить кульминацию, оборвать рассказ на самом интересном моменте или, наоборот, не рассказать начало истории;

3) подготовить выступление: рассказ должен быть коротким, идти легко, без запинок, при этом должен создаваться эффект его спонтанности, история должна быть эмоционально насыщенной, можно пользоваться элементами театрализации, музыкального оформления; не забывать обращаться к публике, держать ее внимание;

4) учесть специфику аудитории.

Плюсы и минусы: эффективность формы заключается в ее простоте, непринужденной атмосфере «непрофессионального» рассказа, нет четких требований, кроме временных. Какие могут возникнуть трудности: не каждый библиотекарь сможет рассказывать увлекательно, в авторской манере, необходимы навыки работы с аудиторией и, возможно, актерского мастерства, необходимо изучить историю формы, ее специфику, возможно, посетить мастер-классы (например, поискать в интернете онлайн-вебинары).

Интерес вызывает форма продвижения книги, которую только начинают осваивать российские библиотеки – **«Книжный вызов»**.

История появления: по всему миру любители чтения участвуют в «книжных челленджах» (от англ. challenge – «вызов, испытание, сложность»). На различных сайтах, в блогах, соцсетях активисты предлагают всем желающим принять участие в игре, которая может быть названа по-разному: «букчеллендж», «литературный челлендж», «книжный вызов» и т.д. Участники должны за указанный период прочитать определенное число книг (в некоторых челленджах по заданным темам). Человек, участвующий в «книжном вызове» - челленджер - должен заявить о своем участии на сайте, в блоге или на своей странице соцсети, в зависимости от условий. В конце каждого месяца читатель подводит итоги: пишет рецензию на прочитанную книгу, ставит ей оценку или отчитывается – сколько книг он прочитал и что больше понравилось.

К примеру, на сайте *LiveLib* («Живая библиотека») запущен ежегодный проект «Книжный вызов» (<https://www.livelib.ru/challenge/2016>). Для регистрации в проекте пользователи должны нажать кнопку «Принять вызов». Далее участник вписывает в предложенную строку, сколько книг он обязуется прочитать за год или другой период. Специальная программа будет показывать график чтения – сколько книг и по плану ли прочитано. В любой момент можно отказаться от вызова или возобновить участие. На страничке социальной сети «ВКонтакте» «*Большие книги*» также можно принять участие в похожей игре – «Книжный вызов-2016» (https://vk.com/page-93300201_49874925). Нужно стать участником этого сообщества и прочитать за один год 25 книг. При этом к каждой книге указываются критерии ее выбора: «книга, в которой больше 500 страниц», «книга, в которой больше 800 страниц», «книга, по которой был снят фильм» и т.д.

Примеры использования: библиотеки тоже пробуют адаптированный вариант этой игры как форму продвижения книги. Уже 10 лет Центральная городская детская библиотека им. А. П. Гайдара (г. Москва) выпускает ежегодный каталог «100 лучших новых книг для детей и подростков». В этом году библиотека предложила читателям поучаствовать в конкурсе: выбрать из этих каталогов книг не менее трех, прочитать до 31

августа и представить отзыв. В конце сентября авторы лучших читательских дневников, презентаций и буктрейлеров получили награды.

Методика:

1) составить список книг или их характеристик (описание жанра, содержания, автора и т.д.);

2) определить условия игры: сколько книг и за какой период необходимо прочитать (лучше предлагать реальные сроки и не очень большое количество книг), как подать заявку на участие, где опубликовать отзывы и т.д.;

3) создать ресурс, на котором будут публиковаться результаты челленджа, или предложить присылать отзывы на адрес электронной почты.

Плюсы и минусы: игра объединяет любителей чтения; в результате создаются списки книг, актуальных для читателей, которые помогут сформировать фонд; самые интересные, содержательные или необычные списки можно публиковать как рекомендательные для других читателей библиотеки. При этом нужно учесть, что в библиотеке должны быть книги, подходящие под предложенный список.

Соревновательные формы привлекают активную молодежь, поэтому их часто используют в библиотечной практике. В последнее время становится популярной такая форма продвижения книги, как **BookSlam**.

История появления: BookSlam (Букслэм) (с англ.- «вытаскивание, вытеснение») – своеобразное книжное соревнование, которое стало очень популярно в последнее время у читателей. Эта форма была придумана доктором филологии Стефани Джентгенс. Суть ее заключается в том, что необходимо за определенное время представить лучшую рекламу книги.

Примеры использования в библиотеке: BookSlam в библиотеке – это соревнование на лучшую рекламную кампанию по продвижению книги, возможно, с элементами музыкальной театрализации. Алтайская межпоселенческая районная библиотека в целях популяризации духовных и нравственных ценностей через литературное наследие Ф. М. Достоевского воспользовалась формой BookSlam для проведения литературного фестиваля «Достоевский – новый взгляд» в рамках «Библионочи-2016». Работы принимались в форме эссе, презентаций, буктрейлеров, рисунков, но они должны были представлять собой рекламную кампанию по продвижению творчества писателя.

Методика:

1) определяются условия соревнования: за какое время и сколько участников будут презентовать книги, каковы критерии оценки и оценочная шкала;

2) выбираются сами книги;

3) участники делятся на несколько команд, каждая из которых должна самым лучшим образом сделать рекламу книге;

4) формируется компетентное жюри;

5) по результатам общей суммы баллов определяется победитель;

6) в конце мероприятия все «книжки-участники» выставляются на стеллаже.

Плюсы и минусы: успех BookSlam связан с интерактивностью, азартностью и захватывающим эффектом «книжных» гонок. Плюсы: участники должны прочитать книги перед их презентацией, форма подходит для организации мероприятий со школьниками и молодыми читателями, которым свойственно стремление соревноваться и оригинальность, незатертость мышления; если организовать видеосъемку, выступления участников можно выкладывать на свои ресурсы с добавлением библиографического описания представленных книг. Возможные трудности: книг, которые действительно заинтересуют участников, может не оказаться в фонде в достаточном количестве; необходима подготовка мероприятия: работа с читателями, подбор книг, репетиции.

В завершение обзора новых эффективных форм популяризации чтения представляем «Книгру» – форму, апробированную на площадке АОНБ им Н.А. Добролюбова.

История появления: «Книгра» (Книга как игра) – своеобразный текстовый квест. Существуют авторские книгры, целые циклы создаются как в электронном, так и бумажном формате. Книгра относится к интерактивным книгам, сюжет которых формирует сам читатель. Он становится главным героем и принимает решения, от которых зависит финал книги. Читается такая книга непоследовательно. Участник переходит с параграфа на параграф. В зависимости от выбранного решения книгру можно читать от 15 минут до часа и дольше.

Примеры использования: библиотеки используют книгру как форму привлечения внимания к чтению и продвижения литературы. На «II Межрегиональном литературном фестивале «Псковская осень - 2015» Самарская областная универсальная научная библиотека представила проект «Книгра» («Книга как игра»). Их книгра была написана на основе поэтических произведений. В каждом фрагменте читателю предлагалось сделать выбор следующего, и так до финала. Специалисты Добролюбовки заимствовали эту идею и в 2015 году, в рамках «Большой игротки в Добролюбовке», впервые провели книгру «По следам Эбенезера Скруджа». Она была создана по мотивам повести Чарльза Диккенса «Рождественская песнь в прозе», т.е. в основе ее лежит текст Диккенса, который был переработан: в книге предусмотрены новые сюжетные ходы и несколько финалов.

Методика:

- 1) выбрать текст, который станет основой книгры;
- 2) определить, кем из персонажей станет участник книгры (создать карточки персонажей);
- 3) разбить книгру на параграфы;
- 4) предусмотреть в каждом из них возможность и условия выбора действия;
- 5) во время интерактива читатель из предложенных вариантов выбирает единственный и переходит на указанный параграф. Если играют несколько участников, каждый может по очереди читать параграф и выбирать путь. Поскольку от выбранного варианта зависит сюжет книги, игрок должен убедить остальных участников сделать данный выбор.

Плюсы: известная книга прочитывается по-новому, участник сам становится творцом книги, возникает желание перечитать оригинал, форма отлично подходит для детского чтения. *Минусы:* форма основана на длительном громком чтении, требует особой подготовки, необходимо творчески подойти к переработке текста, придумать новые сюжетные ходы и линии, создать несколько разных финалов, книга по стилю не должна проигрывать оригиналу.

О том, как прошла книга в Добролюбровке, можно узнать на сайте Регионального центра книги (<http://liter.aonb.ru/index.php?id=287>). Книга и методические рекомендации по ее проведению опубликованы в электронном методическом издании «Современная библиотека» в 2017 году.

Таким образом, обзор лишь некоторых современных форм продвижения книги и чтения показывает, как активно российские библиотеки перенимают передовой зарубежный и отечественный опыт и как по-новому иногда трансформируется этот опыт в рамках работы конкретного учреждения. Все библиотеки, стремящиеся вписаться в современное общество, ведут активный поиск новых форм продвижения книги и чтения. При этом в их основе порой лежат традиционные, известные формы. Наиболее успешным является внедрение тех форм и методик, которые основаны на использовании современных информационных технологий, игровых, соревновательных и интерактивных элементов, связаны с активным творческим процессом. Важно делиться этим опытом и распространять его среди библиотек региона и страны.

Заключение

Современный читатель изменился. Вслед за ним изменилась библиотека: она стала более открытой, активной, креативной и высокотехнологичной. Библиотеки используют в своей деятельности новые формы продвижения книги и чтения.

Для достижения большего результата в работе библиотек предлагаем воспользоваться нехитрыми советами по освоению новых форм продвижения книги и чтения:

- 1) **Внедрение новых форм не должно быть самоцелью:** они должны иметь преимущества перед использовавшимися ранее и применяться для повышения эффективности деятельности учреждения, а не для разнообразия деятельности библиотекаря;
- 2) Работу нужно начинать с **изучения отечественного и зарубежного опыта** внедрения новаций: возможно, то, что специалист планирует внедрить в свою работу, уже существуют в деятельности другой библиотеки, и можно воспользоваться опытом, либо создать на ее базе собственную новацию;
- 3) Рекомендуем **создавать картотеку форм**, применяемых в библиотеке, учреждениях области, страны и мира с описанием их методик и примерами. Это позволит систематизировать опыт, иметь быстрый доступ к необходимой информации;
- 4) **Специалист должен быть готов внедрять новое:** иметь опыт работы в этой сфере, необходимые знания, творческий потенциал, обладать такими личностными

свойствами как целеустремленность, любознательность, умение рисковать, усвоение способов развития, терпение;

7) После внедрения новой формы необходимо провести **оценку ее эффективности**: определение плюсов и минусов, степени применимости в деятельности других библиотек, дальнейших путей развития и совершенствования.

Сегодня специалистам библиотек предоставлен большой выбор современных форм продвижения книги и чтения. Необходимо выбрать наиболее интересный опыт, применимый в условиях конкретной библиотеки. В данной рекомендации были представлены лишь несколько разных форм, которые позволят по-новому взглянуть на процесс популяризации чтения в библиотеке. Также автор описала методику использования, плюсы и минусы форм, и дала несколько советов и правил по их внедрению. Работа будет продолжена, поскольку творческий потенциал специалистов библиотек велик, и в современной библиотечной практике возникают новые идеи, которыми важно делиться.

Список литературы:

1. Библиотека в эпоху перемен: философско-культурологические и информационные аспекты: информ. сб. (дайджест) / РГБ НИЦ Информкультура. – М.: РГБ, 2009. Вып. 1 (41): Инновации в культуре, образовании, науке: теория и практика. – 136 с.
2. Библиотека семейного чтения № 9 им А. В. Жигулина в Воронеже подвела первые итоги проекта «Библио-Сторителлинг: история волшебства» [Электронный ресурс].- URL: http://www.rba.ru/content/news/vid_news_str.php?id=5017 (дата обращения 25.10.2016).
3. Большой словарь иностранных слов. 7-е изд./ Сост. А.Ю. Москвин. – М.: ЗАО Центрполиграф, 2008. – С. 685, [3].
4. Головкин С. И. Культурно-просветительская деятельность библиотеки: актуальные аспекты: монография / С.И. Головкин. – М.: Литера, 2014. – 186 с.
5. Гусева Е. Н. Оценка инновационной деятельности библиотек: методы и подходы / Е. Н. Гусева; Российская государственная библиотека. – Москва : Пашков дом, 2013. – 83с. – (Библиотека библиотекаря).
6. «Достоевский – новый взгляд» [Электронный ресурс].- URL: <http://altailib.ru/page/2/>- (дата обращения 19.08.2016).
7. Есть идея! Выпуск 3: библиодайджест [Электронный ресурс].- URL:http://www.apatitylibr.ru/dl/have_idea_2.pdf- (дата обращения 22.08.2016).
8. Игнатова Н. На троллейбусе по городу // Библиополе. - 2016, № 7. - С. 76-78.
9. Инновационная культура [Электронный ресурс].- URL: https://sociology.mephi.ru/docs/innovatika/html/innovacionnaya_kultura.html- (дата обращения 24.08.2016).
10. Интерактивные формы работы с читателями в муниципальных библиотеках [Электронный ресурс].- URL: http://book.uraic.ru/files/metod/2014/massovaya_rabota.pdf- (дата обращения 26.08.2016).
11. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. – М.: ООО «Издательство «Вече 2000», ООО «Издательство АСТ», 2003. – С. 512.
12. Крылова Н. Б., Руссак З. В. Новое поколение – новые технологии в привлечении к чтению классики [Электронный ресурс].- URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novoe-pokolenie-novye-tehnologii-v-privlechenii-k-chteniyu-klassiki> - (дата обращения 26.08.2016).
13. Курбатова Т. Интернет повышает наш авторитет. Традиционные и новые методики популяризации чтения // Библиополе. - 2016, № 4.- С. 47-51.
14. Матвеева И.Ю. Креативный менеджмент в библиотеке: учеб.-практич. пособие / И.Ю. Матвеева. – М.: Литера, 2012. – 144 с.
15. Проект «Быстрый отклик: сЧИТАЙ меня!» [Электронный ресурс].- URL: <http://www.liplib.ru/index.php?id=1232> (дата обращения 25.10.2016).
16. Проекты по продвижению чтения: липецкий опыт [Электронный ресурс].- URL: <http://www.rba.ru/forum/images/forum5/text/Belova.pdf>- (дата обращения 26.08.2016).
17. Роль библиотеки в формировании читательских предпочтений ребёнка [Электронный ресурс].- URL: <http://metodisty.rgdb.ru/05/dlya-prof> - (дата обращения 29.08.2016).

18. Сторителлинг – ново, интересно, привлекательно [Электронный ресурс].- URL: <http://cbs.irkipedia.ru/storitelling-novo-interesno-privlekatelno/> - (дата обращения 25.08.2016).
19. BookSlam: новая форма продвижения книги [Электронный ресурс].- URL: <http://bibliobzor.blogspot.ru/2014/08/book-slam.html> - (дата обращения 22.08.2016).