

І.О. КАМІНСЬКА,

студентка 4 курсу факультет менеджменту
і бізнесу ВП «Миколаївська філія
КНУКіМ» Науковий керівник:

Т.В.СИДОРЕНКО,

старший викладач кафедри
документознавства та інформаційних систем
ВП «Миколаївська філія КНУКіМ», м.
Миколаїв

СУЧАСНІ ФОРМИ РОЗВИТКУ ЧИТАННЯ МОЛОДІ

Головною тенденцією останніх років стала втрата виняткової ролі читання в житті людей. Без читання немислима інтеграція особистості в багатонаціональну культуру, що включає весь комплекс духовних, матеріальних, інтелектуальних рис, систем світогляду, традицій, що характеризують суспільство. Від рівня культурної компетентності громадян великою мірою залежать економіка, політика, національна безпека і конкурентоспроможність країни.

В умовах інформаційної глобалізації ослаблення інтересу до читання – загальносвітова тенденція. Відбувається не тільки відчуження молоді від книги, падіння загальної книжкової культури, але і втрата національних традицій книжності. Зростання числа «нечитачів», втрата інтересу до книги та читання у різних вікових та соціальних категорій вимагає пильної уваги.

Основна мета підтримки читання – поширення серед громадськості позитивної думки про читання.

Так, у 2009 році Кабінетом Міністрів України схвалена Концепція Державної цільової програми підтримки та розвитку читання на період до 2015 року, яка має на меті виховання потреби у дітей, юнацтва та молоді систематичного читання, підвищення читацької активності та компетентності. На бібліотеки, що обслуговують дітей і юнацтво, покладаються завдання популяризації книги і читання, пошуку інноваційних форм і методів роботи з користувачами. Бажання читати у молоді не постане саме собою, його треба прищеплювати і розвивати, аби поняття «читати» стало синонімом таких понять, як «мислити», «жити». Кожна бібліотека намічає свої шляхи вирішення проблеми читання молоді. Важливим орієнтиром діяльності бібліотеки є читач нового покоління, з його запитами, потребами та проблемами. Але запорука успіху – це комплексний підхід, систематичність, креативність, партнерські відносини з навчальними і позашкільними установами [3].

До найсучасніших форм залучення до читання можна віднести:

■ Букросинг;

■ віртуальні виставки;

■ буктрейлери;

■ «бібліотеки на колесах»;

■ літературні квести.

Буккроссинг – це процес звільнення книг. Людина, прочитавши книгу, залишає («звільняє») її у спеціально відведеному в бібліотеці або громадському місці (парк, кафе, поїзд, станція метро), для того, щоб інша, випадкова, людина могла цю книгу знайти та прочитати; та у свою чергу повинна повторити процес. Спостереження за «подорожжю» книги здійснюється через спеціальні сайти в Інтернеті.

Віртуальні виставки – новий інформаційний продукт бібліотеки, що представляється як консолідація традиційного книжкового і новітнього електронного способів презентації інформації. Вона компактна, містка і є актуальним провідником у великому потоці інформації. На сьогоднішній день цей вид популяризації читання є найпоширенішим, оскільки легко сприймається користувачами та не передбачає великих фінансових затрат [1].

Буктрейлер – це невеликий відеоролик, що розповідає в довільній художній формі про будь-яку книгу. Мета таких роликів – пропаганда читання, привернення уваги до книг за допомогою візуальних засобів, характерних для трейлерів до кінофільмів. Як правило, тривалість буктрейлер становить не більше 3 хвилин. Такі ролики знімають як до сучасних книг, так і до книг, які стали літературною класикою. Більшість буктрейлер викладається на популярні відеохостінги, що сприяє їх активному поширенню в мережі Інтернет [2].

Треба визнати, що більшість досліджених бібліотечних буктрейлерів – аматорські. Проте, одні автори роблять їх як співробітники конкретної книгозбірні на видання з її фонду, інші – на будь-яку улюблену книгу.

Різноманіття буктрейлерів (як за мультимедійним втіленням, так і за концепцією викладення змісту твору) зумовлює необхідність їх систематизації. Існує велика кількість класифікацій буктрейлерів:

- залежно від поставленої мети: бібліотечні та видавничі;
- за жанром: анонс і відгук;
- за формою виконання: повноцінний відеоролик та слайд-шоу;
- за способом візуального втілення тексту: ігрові, неігрові, анімаційні;
- за змістом: розповідні, атмосферні, концептуальні;
- за формою: ролик з акторською грою, комп'ютерна графіка або мультиплікація, колаж [5].

Провідним науковим підходом щодо дослідження бук-трейлера як медіаресурсу сучасної бібліотеки є соціокомунікативний, що дозволяє розглянути будь-який об'єкт з погляду учасника комунікаційного процесу. Згідно з цим буктрейлер досліджено у системі соціальної комунікації – взаємодії (русі матеріальних та ідеальних об'єктів) між суб'єктами (автором книги, автором буктрейлера та реципієнтом (читачем), що опосередкована об'єктом – буктрейлером.

Якщо ролик доніс інформацію до читача настільки ефективно, що він прийшов за книгою до бібліотеки, то комунікація відбулася. Водночас буктрейлер є не лише посередником між книгозбірнею і читачем, а й між автором книги і читачем.

Отже, культурно-просвітницька функція цього медіаресурсу полягає у поширенні знань, освіти та самовдосконаленні людини. Таким чином, для підвищення комунікаційного впливу буктрейлера на реципієнта, він має:

- 1) реалізовувати чотири базові функції: інформаційну, комунікативну, естетичну та культурно-просвітницьку;
- 2) використовувати всі можливості візуальної мови, надаючи перевагу образу перед словом;
- 3) урахувати інтереси цільової читацької аудиторії;
- 4) виконуватися в креативній, незвичній для реципієнта формі;
- 5) не містити спойлерів – передчасно розкритої важливої інформації про сюжет книги, яка може кардинально змінити враження про твір, знищити інтригу;
- б) не перевищувати хронометраж у три хвилини. Окрім цього, бібліотекар – автор буктрейлера має проводити систематичний моніторинг інших роликів на відомих відеохостингах (передусім YouTube) з метою виявлення найцікавіших для користувачів видів цих медіа-ресурсів [4].

«Бібліотеки на колесах» – це спеціально обладнані транспортні засоби (автомобілі, мікроавтобуси, автобуси), укомплектовані літературою на будь-який читацький смак, а також, за можливості, комп'ютерами та іншим інтерактивним обладнанням. Такі автобуси є частиною певної бібліотеки і, як правило, курсують по невеликим районам і селам, що не мають власної бібліотеки.

Літературний квест (літературне квест-орієнтування) – це один з варіантів гри-пошуку, настільки популярної в наш час в молодіжному середовищі. Маршрут літературного квест-орієнтування пов'язаний з сюжетом і героями запропонованих для читання книг. Кожна зупинка в маршруті – це пам'ятні місця та сюжети літературного твору.

Програми з популяризації книги та читання реалізуються із залученням у бібліотеки всіх категорій населення, але особлива увага приділяється сприянню читання дітей, підлітків та молоді. Необхідною складовою сучасної просвітницької діяльності бібліотек сьогодні повинна стати мотивація дітей та молоді до читання корисної літератури, участі в різних конкурсах, творчої самореалізації.

Список використаних джерел:

1. Бергер, А. А. Видеть – значит верить: введение в зрительную коммуникацию [Текст] / А. Артур Бергер. – 2-е изд. – Москва: Вильямс, 2005. – 288 с.
2. Воробель, С. Буктрейлер як новий жанр популяризації книги [Текст] / С. Воробель, Б. Кобильник // Шкільна бібліотека. – 2012. – № 21/22. – С. 70–73.
3. Грицай, С. В. Визначення поняття "медіапростір" з позицій междисциплінарного підходу [Текст] / С. В. Грицай // Вісник Харківської державної академії культури. – 2012. – Вип. 36. – С. 235–243.
4. Заїченко, Т. Бібліотечний буктрейлер [Текст] / Тетяна Заїченко // Вісн. Кн. палати. – 2014. – № 4. – С. 52.
5. Косачова, О. Буктрейлер як ефективний медіаресурс сучасної бібліотеки / О. Косачова // Вісн. Кн. палати. – 2014. – № 10. – С. 15–18. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2014_10_7. – Назва з екрана.