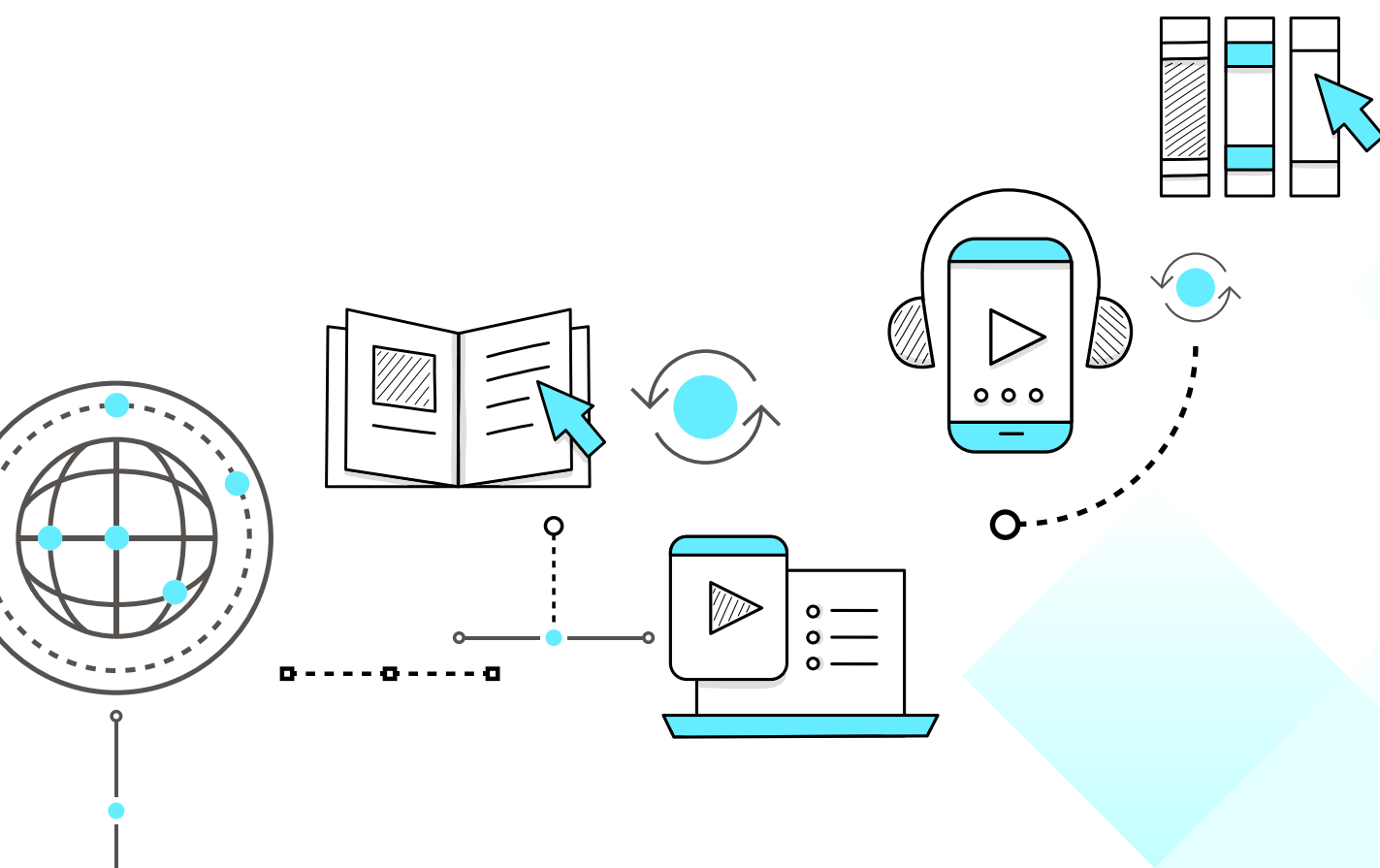


Продвижение чтения в электронной среде

Аналитический обзор
и библиографический список



Бюджетное учреждение
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Государственная библиотека Югры»

ПРОДВИЖЕНИЕ ЧТЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ

Аналитический обзор и библиографический список

Ханты-Мансийск
2022

ББК 78.371

П 78

Составитель Е. В. Пискунова
Редактор А. В. Пуртова
Ответственная за выпуск Е. А. Финк

Продвижение чтения в электронной среде: аналитический обзор и библиогр. список / Бюджет. учреждение Ханты-Манс. авт. окр. – Югры «Гос. б-ка Югры» ; [сост. Е. В. Пискунова ; ред. А. В. Пуртова]. – Ханты-Мансийск : ИРЦ БУ «Гос. б-ка Югры», 2022. – 18 с.

Настоящий аналитический обзор составлен на основе материалов, опубликованных за последние 15 лет в разных источниках. Предназначен для сотрудников библиотек, которые занимаются продвижением чтения.

Библиографический список включает публикации, посвященные развитию и продвижению чтения в электронной среде.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Сайт	5
Виртуальная выставка	5
Социальная реклама	6
Виртуальная книжная полка	6
Буктрейлер	7
Социальные сети	8
Видеохостинг	11
Подкаст	11
Блог	12
Сетевой проект	13
Интерактивные игры	14
Онлайн-библиография	14
Заключение	15
Библиографический список	15

Введение

Новые социальные медиа – это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным источником общения является Интернет. К таким медиа можно отнести социальные сети, блоги, подкасты, интернет-форумы, Wiki, видеохостинги, онлайн- и мобильные продукты.

Интерес к новым медиа ежегодно растет, так как увеличивается число пользователей социальных сетей. Люди стали намного больше читать электронные книги, проводить время за видеоиграми, получать информацию и обучаться онлайн. При этом сократилось потребление большинства традиционных печатных изданий, телевидения и радио. Офлайн-медиа стремительно утрачивают интерес молодой аудитории, так как проигрывают новым медиа в оперативности получения информации. Надо отметить, что Интернет обладает рядом достоинств, которые привлекают аудиторию: оперативность публикации информации практически в неограниченных объемах при минимальных издержках на распространение, доступность для пользователей, мультимедийность, визуализация и интерактивность.

Как отмечают специалисты, сформировалось новое поколение зрителей кино, читателей электронных и традиционных текстов, которые быстрее воспринимают информацию, тяготеют к ее свернутым формам; художественную литературу они воспринимают иначе, чем старшее поколение, – как «слишком медленную», заторможенную.

В связи с этим формы и методы привлечения к чтению литературы, в частности классической, меняются в зависимости от изменений восприятия: упор делается на короткие тексты и визуальные средства. Библиотеки освоили мультимедийные технологии и успешно применяют их в своей деятельности для продвижения книги и чтения.

В аналитическом обзоре приведены практики работы библиотек по продвижению чтения в новых медиа.

Сайт – это совокупность веб-страниц, оформленных в одном стиле и объединенных общей концепцией. Все сайты имеют уникальные адреса, но массив этих данных связан доменным именем. Пользователь воспринимает их как единое целое. Есть возможность перехода между страницами одного сайта.

Практически все учреждения имеют свои сайты, в том числе общедоступные библиотеки. Если несколько лет назад это было лишь присутствие в Интернете, площадка для информирования читателей (график работы, адреса, контакты), то сегодня это официальное представительство библиотеки в виртуальном пространстве, где размещена практически вся информация о деятельности учреждения, предоставлены возможности доступа к электронным каталогам, записи в библиотеку. Вплоть до того, что ее можно посетить благодаря виртуальной экскурсии. Важным моментом является то, что адрес сайта библиотеки сегодня найти значительно легче, чем раньше, в частности через социальные сети. И именно сайт является визитной карточкой учреждения.

Примером могут служить разделы сайта Государственной библиотеки Югры «Книжные новинки», «Read-гид», «16 яростных читателей», а также сайт «Югра Литературная», где можно найти информацию о литературных премиях, югорских писателях и их книгах, литературных сообществах автономного округа.

Виртуальная выставка – это публичная демонстрация достижений в какой-либо области человеческой деятельности в сети Интернет с помощью виртуальных стендов, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удаленным пользователям для ознакомления и использования.

Виды виртуальных выставок:

- выставка книг какого-либо автора в виде ленты времени;
- выставки коллекции изданий;
- выставки одного издания (книги, журнала и т. д.);
- презентация обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением;
- видеообзор с рекомендациями библиотекаря;
- коллекция буктрейлеров;
- коллекция аудиозаписей;
- выставка книг в виде интерактивного плаката;
- выставка книг в виде 3D-книги;
- выставка новых поступлений.

На сайте Государственной библиотеки Югры можно ознакомиться с выставками в разделе [«Виртуальные выставки»](http://www.okrlib.ru/resursy/virtual-exhibitions) (<http://www.okrlib.ru/resursy/virtual-exhibitions>). Подобные выставки можно найти на сайтах различных общедоступных библиотек: Российской государственной детской библиотеки

(<https://rgdb.ru/vystavki/virtualnye>); Воронежской областной универсальной научной библиотеки имени И. С. (<https://vrnlib.ru/vystavki/virtualnye-vystavki/>), Владимирской областной научной библиотеки (<https://library.vladimir.ru/virt-vystavki/vystavka-xudozhnik-lirik.html>); Библиотеки Находки (<https://nakhodka-lib.ru/%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F/%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D0%B2%D1%8B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B8>); МБУК «Централизованная библиотечная система города Ельца» (<https://cbse.ru/virtualnyie-vyistavki/>).

Возможности таких виртуальных выставок значительно шире традиционных, так как дополнительно к каждой электронной экспозиции можно добавить ссылки на собственные или сторонние ресурсы, библиографические списки, каталоги, графические изображения, тексты и другие дополнительные материалы.

В последнее время при создании виртуальной выставки активно стали применять технологию интерактивного плаката. На платформе размещается образ выставки, а на каждом ее элементе (книге, фотографии, цитате и др.) крепятся активные элементы, нажав на которые можно получить увеличенное изображение. Также есть возможность перехода непосредственно с этой выставки на тематические сайты. Подробнее об этой технологии можно узнать из доклада главного библиотекаря Рязанской областной детской библиотеки Т. А. Грачевой (<https://www.youtube.com/watch?v=LK01lm4qyFs>).

Социальная реклама – это информация, направленная на достижение общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства с целью привлечения внимания к объекту рекламирования.

Способы подачи рекламной информации абсолютно разные: используются образы авторов классической литературы, героев известных произведений, отстраненные образы, но с ярко выраженной направленностью на привлечение к чтению.

Например, рекламные плакаты в разных форматах: уличная реклама (билборды, доски объявлений, остановочные комплексы), реклама в помещениях, в частности в общественных местах (больницы, образовательные учреждения, учреждения культуры и спорта), реклама в интернет-пространстве (запись на стене в соцсетях, в новостной ленте, баннер на сайте).

Виртуальная книжная полка представляет собой изображение книг, на корешки которых нанесен QR-код, с помощью которого можно скачать в мобильное устройство книги.

Так, в Петербурге с 2016 года периодически запускают в метро поезда-библиотеки, где, кроме изображений книг, на стенах вагонов размещены коды для бесплатного скачивания электронных изданий на мобильные устройства. Появились остановки с виртуальными книжными полками. Любой человек, у которого есть смартфон, может бесплатно скачать книгу в одном из популярных форматов (epub, fb2, txt) при помощи QR-кода, считав его с «корешка» понравившегося произведения. Такие остановки действуют в двадцати регионах России, в частности в Башкортостане и Удмуртии, Кировской, Ульяновской, Саратовской, Оренбургской, Волгоградской, Курганской, Саратовской, Челябинской областях, в Новосибирске, Владивостоке, Екатеринбурге и области, Брянске, Калуге, Ростове-на-Дону, Ставропольском крае.

Буктрейлер – это короткий ролик (чаще всего в формате видео), рассказывающий в произвольной форме о книге и направленный на продвижение чтения.

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры бывают:

- игровые (мини-фильм по книге; видео можно снять самостоятельно или использовать отрывки из ее экранизации);
- неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, фотографиями и др.);
- анимационные (мультфильм по книге).

Для создания мини-фильма используются фотографии, картинки, развороты книг, кадры из фильмов, музыка и другие элементы, привлекаются профессиональные актеры или любители. В этом деле значительными составляющими являются содержательная часть: сюжет, актерская игра, визуальное оформление, техническое мастерство, эмоциональное воздействие, полнота раскрытия темы.

При творческом подходе и минимальном техническом оснащении создавать буктрейлер довольно легко. Для этого потребуется сценарий, наличие компьютера, камеры или фотоаппарата (в крайнем случае телефона), микрофона, программы для звукозаписи, конвертирования видеофайлов, работы с фотографиями, нарезки и склеивания кадров. Как правило, самым сложным в этой деятельности является написание сценария, создание сюжета и отбор материала для монтажа ролика длительностью не более 1,5–3 минут.

Вот некоторые программы, которые можно выбрать для создания буктрейлера:

Movie Maker. Она есть на всех ПК с операционной системой Windows. С программой легко работать, она имеет русский интерфейс, способна 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. Минус – одна звуковая дорожка, то есть нельзя одновременно загрузить, например, музыку и голос.

Sony Vegas Pro является профессиональной программой для видеомонтажа, одной из самых совершенных для видео- и аудиомонтажа. Гибкая настройка интерфейса, большое количество спецэффектов, поддержка огромного количества форматов. Удобно работать с аудио, так как можно соединять несколько звуковых дорожек, при необходимости отделять звук от видео.

Adobe Premiere Pro – профессиональная программа нелинейного видеомонтажа. Позволяет редактировать видео высокого качества, импортировать и экспортировать форматы QuickTime или DirectShow, а также поддерживает огромные количества видео- и аудиоформатов от MacOS и Windows.

Многие наиболее востребованные операции по работе с фото- и видеоматериалами можно выполнить в онлайн-редакторах. У них есть еще одно важное преимущество: благодаря тому, что все операции по обработке файлов выполняются на удаленном сервере, производительность компьютера не имеет значения. То есть даже на маломощном ноутбуке можно без проблем редактировать видео высокого разрешения.

Социальные сети – площадки, ориентированные на создание сообществ пользователей, объединенных общими интересами. Участники социальных сетей получают возможность разместить на площадке собственное представительство – личный аккаунт, страницу для общения, обмена мнениями, создавать истории (сторис).

В социальных сетях появились объединяющие любителей литературы сообщества. Их можно рассматривать как площадки для повышения интереса к чтению художественных произведений. Это могут быть группы общего направления, а также узконаправленные. К примеру, сообщества, где размещаются аннотации к книгам, цитаты, сведения о писателях, об истории книги, списки для чтения, рекомендации. Также встречаются сообщества, объединенные общим интересом к определенным писателям, например Пушкину, Толстому, Гоголю, или конкретной эпохе.

Деятельность, связанная с ведением социальных сетей, требует кадровых и временных вложений: необходимо постоянно быть на связи с пользователями, вовремя отвечать на их вопросы, размещать актуальную информацию, реагировать на критику. Надо продвигать свой контент, стремиться к тому, чтобы

он был востребован и в долгосрочной перспективе. Если учесть, что все больше читателей становится удаленными пользователями, сотрудникам библиотеки необходимо применять новые способы взаимодействия с аудиторией, продвигать услуги и продукты библиотеки на различных медийных площадках.

Как правило, библиотеки создают свои представительства сразу в нескольких социальных сетях. Сейчас это в основном «ВКонтакте» и «Одноклассники». Активно осваиваются Telegram и Rutube.

Большой популярностью в социальных сетях общедоступных библиотек пользуются открытые тематические группы, посвященные чтению и книгам. Они позволяют привлекать аудиторию по интересам, способствуют общению с помощью комментариев, проведения открытого голосования по определенной тематике. Такие группы создаются не только на библиотечных площадках, но и в личных аккаунтах (как правило, заинтересованными в привлечении аудитории библиотекарями).

ВКонтакте (VK)

Более пятнадцати лет назад была создана русская социальная сеть «ВКонтакте». Здесь можно создать свою личную страницу, написать заметку, добавить аудио- или видеоконтент, общаться с другими участниками социальной сети, подписываться на обновления групп или пользователей, организовывать встречи. Для библиотечного аккаунта больше подойдет формат «группы» или «сообщества».

Возраст аудитории этой сети в среднем от 16 до 60 лет, а формат предполагает размещение достаточно большого объема текста. Плюс есть возможность выкладывать сторис, вести прямые трансляции. Библиотеки активно используют данную социальную сеть.

Например, во «ВКонтакте» есть открытая группа «Библиотечное сообщество», где больше пяти тысяч подписчиков. Контент в группе – о делах библиотечных, проблемах, задачах, крупных мероприятиях. Здесь можно найти необходимую информацию, задать вопрос, получить на него ответ, ознакомиться с мнением со стороны, получить поддержку, поделиться успехом и многое другое.

У группы «Злой библиотекарь» более 10 тысяч подписчиков. Здесь библиотекари из всех регионов страны также делятся своим бытием, радостями и горестями, опытом, другой полезной информацией, есть отсылки к книжным новинкам.

«Книжные Хипстеры Z» Централизованной библиотечной системы города Смоленска также обосновались во «ВКонтакте». Здесь проводятся онлайн-мероприятия для читателей, выкладывается актуальная информация,

анонсируются книжные новинки, организовываются обсуждения на темы, связанные с книгой и чтением.

В открытой группе «ВКонтакте» Свердловской областной библиотеки для детей и юношества более тысячи подписчиков. Здесь организовано общение между читателями в рамках таких тем, как «Первая книга, проложившая путь к вашему сердцу...», «Какими будут книги в будущем?», «А что читаете вы?», «Книга XXI 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: «ЗвукоКнига» (произведения классиков мировой литературы), «Литературное радио» (современная русская литература), «Радио Фантастики» (произведения мэтров фантастики). С помощью этого приложения можно слушать аудиокниги практически круглосуточно.

У Государственной библиотеки Югры на сегодняшний день шесть групп во «ВКонтакте»: Государственная библиотека Югры (<https://vk.com/okrlibrary>); ЗЕМЛЯКИ | ЮГРА (<https://vk.com/zemlakhmao>); Комикс-центр «Бумажная сова» (<https://vk.com/boomowl>); Югорские УникУмы (<https://vk.com/bookgbu>); Театральная студия «Живые страницы» (<https://vk.com/public177105523>); группа, адаптирующаяся под большие проекты, в настоящее время «Большие книжные гонки» (<https://vk.com/okrlibrary1>).

Одноклассники (ОК)

Это одна из крупнейших социальных сетей в России и странах ближнего зарубежья, созданная в 2006 году. 41 миллион человек ежемесячно используют сеть «Одноклассники»: общаются с друзьями и близкими с помощью сообщений, голосовых и видеозвонков, открыток и стикеров.

Государственная библиотека Югры представлена здесь двумя группами: Государственная библиотека Югры и ЗЕМЛЯКИ ЮГРА (<https://ok.ru/zemlyakhmao>).

Telegram

Сегодня это один из самых популярных мессенджеров. Им пользуется уже несколько сотен миллионов человек во всем мире. Его основное предназначение мало чем отличается от других программ такого рода – отправлять текстовые, голосовые, видеосообщения, а также файлы. Мессенджер полностью бесплатный и даже без рекламы. Практически полностью отсутствуют ограничения по размеру чата и отправляемых файлов – до 1,5 ГБ. Можно создавать групповые

чаты до 30 000 участников, а также секретные чаты и тематические каналы, наподобие групп в социальных сетях.

Для продвижения чтения библиотекари создают в Telegram группы, где размещаются анонсы мероприятий, в том числе по продвижению чтения, рецензии, обзоры книжных новинок и все, что связано с чтением.

В качестве примера можно привести открытую группу Государственной библиотеки Югры (https://t.me/lib_ugra).

Видеохостинг – это веб-сервис, позволяющий загружать и просматривать видеоконтент в браузере через специальный проигрыватель. Он стал набирать популярность вместе с распространением широкополосного доступа в Интернет и развитием (удешевлением) жестких дисков (на них стало возможно долговременно хранить большие объемы информации).

Одним из востребованных видеохостингов в России является YouTube. Возможности этой площадки позволяют показывать фильмы, музыкальные клипы, лекции, мастер-классы, также доставлять видео, вести трансляции, хранить видеодокументы достаточно продолжительное время. Есть возможность просмотра контента без регистрации на площадке.

Кроме того, россияне начали осваивать Rutube – российский видеосервис, запущенный в 2006 году как аналог YouTube. В нем можно смотреть ролики, публиковать видеоконтент, монетизировать канал за счет размещения рекламы. В 2021 году Rutube сделал редизайн интерфейса сервиса и обновил платформу. Государственная библиотека Югры также представлена на этой платформе – «Первый библиотечный» (<https://rutube.ru/channel/24967032>).

На площадках видеохостингов проводятся прямые трансляции мероприятий по продвижению чтения – конференции, конкурсы, круглые столы, книжные обзоры.

Подкаст – это либо отдельный аудиофайл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов, публикуемых на одном ресурсе Интернета, с возможностью подписки. Этот вид коммуникации можно сравнить с радиопрограммой, но распространяемой по Интернету.

Для создания подкаста необходимы микрофон (в крайнем случае – диктофон), наушники, умение работать со звуком, а для формата удаленного интервью может потребоваться вебкамера. Достаточно подробно о создании подкаста пишет Яна Семешкина («8 советов для тех, кто хочет запустить свой подкаст» – <https://lifehacker.ru/kak-zapustit-podkast/>).

Статья А. А. Журавлевой «Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте»

(<http://journals.csu.ru/index.php/znak/article/view/294/212>) наиболее доступно раскрывает особенность этого вида коммуникации.

Блог – это сетевой журнал, отражающий хронологию той или иной деятельности в виде коротких сообщений (постов) или мультимедиа.

С 2007 года с целью обмена опытом по продвижению книги и чтения, информирования о предстоящих мероприятиях, новых книжных поступлениях начали появляться библиотечные блоги. Сегодня есть такая тенденция, что одна библиотека может вести несколько блогов разной направленности, так как это очень удобный инструмент, не требующий финансовых вложений. Кроме того, блоги носят неофициальный характер, позволяют проявиться автору, не имеют цензуры, зачастую становятся основой для онлайн-клубов любителей чтения. Одним словом, это удобный и простой инструмент для продвижения библиотек, книги, чтения в виртуальной среде.

Одним из значимых инструментов в деятельности блога является большое количество тегов (ключевых слов), с помощью которых обеспечивается поиск сообщений в сети Интернет. Для удобства все теги в блоге группируются в определенный список – облако.

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

В качестве примера можно привести страничку ВКонтакте «Книжная среда» (<https://vk.com/knizhnayasreda>). Это паблик Кристины Куплевацкой, где она делает обзоры на книги, вступает в диалоги с подписчиками, высказывает свое мнение.

Сотрудник Государственной библиотеки Югры Олеся Жернова ведет свою страничку «Здесь читают» (<https://bibliolesja.blogspot.com/>): делает разбор прочитанных ею книг, тем самым привлекая читателей к прочтению этих произведений. Также на протяжении нескольких лет свой блог #книжная_невская вела начинающий автор Александра Кузнецова из г. Радужного.

Сегодня уже существуют каталоги библиотечных блогов, сформированные неравнодушными людьми. Например, один из таких составила БиблиоВолшебница (как она себя называет) Любовь Брюхова в своем блоге «Миры библиотек» (<http://myblogluba.blogspot.com/p/2020.html>). В этот перечень в 2020 году вошло более 450 библиотечных блогов России. Этот список был дополнен в октябре 2021 года еще 24 позициями. Перепись страничек автор проводит ежегодно, начиная с 2010 года.

Ранее даже предпринимались попытки выявления лучших библиотечных блогов. Так, в 2012 году был проведен Всероссийский конкурс «Лучший библиотечный блог – 2012». Его организаторами стали редакция журнала

«Современная библиотека» (г. Москва), Свердловская областная библиотека для детей и молодежи (г. Екатеринбург) и Российская государственная библиотека для молодежи (г. Москва) в партнерстве с фондом «Разумный Интернет». На конкурс поступило 144 заявки в номинациях: «Лучший блог для детей и юношества», «Лучший блог для взрослых читателей», «Лучший тематический блог», «Лучший блог для библиотечных специалистов», «Блог – дебют года», «Самый неформатный блог».

Сетевой проект – это совместная учебно-познавательная, исследовательская, творческая или игровая деятельность участников, в основе которой лежат общая цель, единые методы и способы деятельности, направленная на достижение совместного результата.

Сетевые проекты реализуются с помощью веб-сервисов сети Интернет (которые доступны в том числе и детям) и охватывают значительное число участников. Кроме того, между ними есть постоянная связь, что позволяет поддерживать интерес. Надо отметить, что сетевые проекты стали появляться относительно недавно и являются одним из важных инструментов по привлечению к чтению и активизации читателей. Кроме того, это хороший инструмент по освоению информационных технологий наравне с развитием читательского навыка.

Площадкой для подобных проектов являются библиотечные сайты, блоги, социальные сети. Один из сервисов, Google-карты, позволяет существенно обогатить работу с отраслевой и художественной литературой, организовав виртуальные экскурсии.

В 2014 году Центральная городская детская библиотека им. А. С. Пушкина (г. Саров, Нижегородская область), Новосибирская областная детская библиотека им. А. М. Горького и Центральная городская библиотека им. А. С. Пушкина (г. Каменск-Уральский, Свердловская область) стали организаторами сетевого межрегионального интернет-проекта «Классика в неформате». Его целью было привлечение внимания интернет-пользователей к русской классике и современной литературе через включение в самостоятельную творческую деятельность по созданию видеороликов. Участникам требовалось создать работы в одной из техник (мультфильм, фотовидеоколлаж, видеофильм, смешанные техники) и самостоятельно выложить на YouTube-канале с открытым доступом. Тематика – отдельные произведения, книги, биографические факты, творчество русских классиков, а также современных писателей, продолжающих их традиции. Анкеты заполнялись в специально разработанном блоге проекта «Классика в неформате».

В результате была создана коллекция информационно-творческих видеоматериалов по продвижению классики и современной литературы. Работы размещены в одноименном блоге проекта и находятся в свободном доступе.

Площадка блога «Стилиус» (впоследствии «Владимирская вишня») Владимирской областной научной библиотеки несколько лет назад стала стартовой для онлайн-проекта по продвижению книги и чтения «Книжные сезоны». Зимой читателям предлагают читать увлекательные рождественские истории и сказки, весной – 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.

Интерактивные игры – это один из современных способов продвижения книги: совмещение интерактивных игровых приемов с представлением книг. Эти игры создаются в форме викторин, кроссвордов, пазлов, филвордов, головоломок при помощи специальных сервисов (один из них – LearningApps).

Такая форма подачи совмещает в себе элементы развлечения и знакомства с современными авторами, их произведениями. Примерами могут послужить сайты Национальной библиотеки Республики Карелия (http://library.karelia.ru/news/Bol_shaja_igroteka_onlajn), Централизованной библиотечной системы города Иркутска (<https://cbs-irkutsk.ru/5228>), Централизованной библиотечной системы города Пскова (<http://bibliogames.ru>).

Онлайн-библиография

Сетевые библиографические ресурсы (электронные списки, перечни и др.) также можно считать одной из форм продвижения книг и чтения. Благодаря техническим возможностям современные библиотеки начали активно использовать такие ресурсы, создавать единые интерактивные поисковые комплексы, куда входят электронные каталоги и базы данных библиотек, сводные каталоги и другие справочно-информационные ресурсы.

Виртуальное библиографическое обслуживание способствует расширению спектра предоставляемых услуг. Для библиотеки оно является дополнительной возможностью продвижения информации о собственных ресурсах, продуктах и услугах.

Например, на сайте Государственной библиотеки Югры в разделе «Ресурсы» можно найти подраздел «Библиографические списки». Здесь в свободном доступе представлены библиографические указатели, рекомендательные списки по определенным темам.

Заключение

Благодаря современным технологиям продвижение чтения становится более продуктивным. Этому способствует Интернет, с помощью которого информация распространяется быстрее, а сохраняется дольше.

Многие читатели привыкли к возможности получать информацию о книжных новинках, библиотечных мероприятиях на интернет-площадках (сайтах, в социальных сетях). И библиотеки этот интерес активно поддерживают. Информационные технологии открывают для читателей скрытый ранее потенциал и большие возможности по продвижению книги и чтения.

Библиографический список

1. Армадерова, Е. А. Роль библиотекарей в продвижении позитивного Рунета / Е. А. Армадерова. – Текст : непосредственный // Школьная библиотека. – 2019. – № 2. – С. 15.
2. Архипова, И. В. Читать не скучно : результативные технологии поддержки чтения / И. В. Архипова. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2013. – № 12. – С. 9–10.
3. Библиографическая запись: Продвижение чтения в библиотеках. – Текст : электронный // MyFilology : тем. портал. – URL: <https://myfilology.ru//194/prodvizhenie-chteniya-v-bibliotekax> (дата обращения: 23.12.2022).
4. Библиотеки и социальные сети : метод. рекомендации / Центр. район. б-ка, метод. отд. ; сост. Е. Н. Сафонова. – Борисовка, 2018. – 18 с. – Текст : непосредственный.
5. Буктрейлер как современная мультимедийная технология привлечения молодежи к чтению : метод. рекомендации / сост. Е. А. Анфиногентова. – Самара, 2018. – Текст : электронный // ГБУК СОЮБ. – URL: <http://soub.ru/node/11618> (дата обращения: 23.12.2022).
6. Бурова, Н. Быть геймером совсем неплохо : сделать пугающее – желанным, а сложное – простым / Н. Бурова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2019. – № 9. – С. 17–22.
7. 8 советов для тех, кто хочет запустить свой подкаст. – Текст : электронный. – URL: <https://lifehacker.ru/kak-zapustit-podkast/> (дата обращения: 23.12.2022).
8. Голева, О. П. Сетевые ресурсы в пропаганде чтения и рекламе издательской продукции / О. П. Голева. – Текст : непосредственный // Библиография. – 2017. – № 1. – С. 31–39.

9. Губина, Е. В. Возможности популярной (рекомендательной) онлайн-библиографии в продвижении чтения = Possibilities of Popular (Recommendation) Online Bibliography in the Promotion of Reading / Е. В. Губина, О. В. Решетникова. – Текст : непосредственный // Библиотековедение. – 2019. – Т. 68, № 6. – С. 593–603.
10. Качева, Е. В. Коллективный майндмэппинг, или Сетевое взаимодействие / Е. В. Качева. – Текст : непосредственный // Школьная библиотека. – 2017. – № 12. – С. 34–43.
11. Качева, Е. В. Сетевые проекты как инструмент развития читательской активности школьников / Е. В. Качева. – Текст : непосредственный // Библиосфера. – 2016. – № 3. – С. 46–51.
12. Книжные блогеры : с любовью к чтению. – Текст : непосредственный // Университетская книга. – 2019. – № 8 (октябрь). – С. 46–53.
13. Кодейкина, Е. Офлайн – хорошо, но и онлайн нам по плечу : о героизме предков – перед экраном монитора / Е. Кодейкина. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2020. – № 8. – С. 28–34.
14. Колесникова, О. Г. Продвижение книги и чтения в электронной среде. – Текст : электронный // Национальная библиотека Удмуртской Республики : офиц. сайт. – URL: <http://unatlib.ru/librarians/methodical-materials/informational-and-analytical-materials/briefs/2545-prodvizhenie-knigi-i-chteniya-v-elektronnoj-srede> (дата обращения: 23.12.2022).
15. Кондаурова, Т. Школа информационного комфорта : медиатека – ориентир для подрастающего поколения в мире современных технологий / Т. Кондаурова. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2013. – № 12. – С. 37–42.
16. Кочергина, А. А. Страсти про подкасты / А. А. Кочергина. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2020. – № 3. – С. 42–44.
17. Крапотина, О. В. Как вести группу «ВКонтакте» / О. В. Крапотина. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2017. – № 1. – С. 70–71.
18. Назметдинова, И. С. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе / И. С. Назметдинова, С. Э. Лебедева. – Текст : электронный // CYBERLENINKA. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-smi-v-sovremennom-mediadiskurse> (дата обращения: 23.12.2022).
19. Налейкин, В. Н. Снимаем бюджетное кино / В. Н. Налейкин. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2019. – № 1. – С. 90–93.
20. Оберт, Л. А. Онлайн-технологии на сайте библиотеки как инструмент продвижения книги среди подрастающего поколения / Л. А. Оберт. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2019. – № 20. – С. 5–7.

21. Оченева, Н. А. Работаем «ВКонтакте» : для чего нужно создавать группы в социальных сетях? / Н. А. Оченева, М. Н. Фаст. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2019. – № 19. – С. 14–15.

22. Панарина, Е. А. Как найти признание / Е. А. Панарина. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2019. – № 2. – С. 41–43.

23. Продвижение книги и чтения в библиотеке: опыт и новации : метод.-библиогр. пособие / сост. ст. И. В. Шаврина. – Петропавловск : ЦГБ им. И. Шухова, 2013. – 35 с. – Текст : непосредственный.

24. Продвижение книги и чтения в электронной среде. – Текст : электронный // Национальная библиотека Удмуртской Республики : [сайт]. – URL: https://unatlib.ru/images/bibliotekarjam/metod_materialy/analit_spravky/PKiCh.pdf. (дата обращения: 23.12.2022).

25. Продвижение чтения в электронной среде. Мультимедийные продукты общедоступных библиотек : метод. пособие / Дальневост. гос. науч. б-ка, отд. науч.-исслед. и науч.-метод. работы ; [сост. и ред. Л. Б. Киселева ; редкол.: Т. Ю. Якуба и др.]. – Хабаровск : ДВГНБ, 2018. – URL: https://www.fessler.ru/docs-downloads/2019/02_19/Sbornik_Prodvizhenie_chneniya_v_ehl_srede_NMO_ispr.pdf. (дата обращения: 23.12.2022).

26. Родина, О. В. Реклама – двигатель... чтения / О. В. Родина, А. В. Соломенная. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2012. – № 3. – С. 33–35.

27. Руднев, В. Н. Книги или гаджеты? Выбор современного поколения / В. Руднев. – Текст : непосредственный // Наша молодежь. – 2017. – № 13. – С. 27–29.

28. Сидорова, А. Г. Буктрейлеры в России: к вопросу о новых технологиях рекламы книги / А. Г. Сидорова. – Текст : непосредственный // Библиосфера. – 2013. – № 1. – С. 83–85.

29. Сизых, И. Н. Социальные сети: зло или благо / И. Н. Сизых. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2017. – № 5. – С. 32–35.

30. Спиридонова, Д. Т. Нужны ли нам буктрейлеры? / Д. Т. Спиридонова. – Текст : непосредственный // Современная библиотека. – 2019. – № 6. – С. 28–31.

31. Титова, Г. П. Возьмемся за руки, друзья! : сетевые акции по продвижению чтения / Г. П. Титова. – Текст : непосредственный // Библиотечное дело. – 2013. – № 15. – С. 36–40.

32. Труфанова, Т. А. Создай свое будущее – читай! : эффективность работы детских библиотек по продвижению чтения среди подростков : [доклад] / Т. А. Труфанова. – Текст : непосредственный // Информационный бюллетень Российской библиотечной ассоциации. – 2012. – № 63. – С. 98–101.

33. Федосеева, А. Н. Буктрейлеры как способ продвижения чтения / А. Н. Федосеева. – Текст : непосредственный // Молодые в библиотечном деле. – 2012. – № 5/6. – С. 65–68.

34. Филина, Н. Нравственные идеи через визуальный ряд : интерактивные технологии в работе с информацией / Н. Филина. – Текст : непосредственный // Библиополе. – 2017. – № 9. – С. 29–31.

35. Черных, А. Г. Сетевые проекты как инновационная форма продвижения книги и чтения в школьной библиотеке / А. Г. Черных. – Текст : электронный // Открытый урок. 1 сентября : сайт. – URL: <https://urok.1sept.ru/articles/684055> (дата обращения: 23.12.2022).

Продвижение чтения в электронной среде

Методические рекомендации и библиографический список

Составитель Е. В. Пискунова
Редактор А. В. Пуртова
Ответственная за выпуск Е. А. Финк

Оригинал-макет, верстка и оформление выполнены
издательско-репродукционным центром
БУ «Государственная библиотека Югры»

Государственная библиотека Югры
628012, Тюменская обл., г. Ханты-Мансийск, ул. Мира, 2
Тел.: 8 (3467) 33-33-21
Email: ugra@okrlib, <http://www.okrlib.ru>