СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ В ПОДДЕРЖКУ ЧТЕНИЯ В БИБЛИОТЕКАХ





Мунира Максумова,
ведущий специалист Республиканского Информационно-библиотечного центра

Как отмечалось в постановлении Президента, важной задачей остается качественное издание книг, отвечающих духовным и художественно-эстетическим потребностям нашего народа, прежде всего молодежи. Своевременная доставка книжной продукции по приемлемым ценам на места, в том числе в образовательные учреждения, перевод лучших образцов национальной и мировой литературы, формирование у подрастающего поколения с раннего детства любви к книге, навыков чтения электронных книг, повышение культуры чтения в нашем обществе.

Информационно-библиотечные учреждения – живой, динамично развивающийся социальный институт. Ориентируясь в своей деятельности на потребности человека, и общества в целом, они видят свою важнейшую задачу в обеспечении граждан свободным и наиболее полным доступом к информации, знаниям, идеям, культурным ценностям.

При этом деятельность библиотек неотделима от ее постоянного сотрудничества с другими институтами гражданского общества. В социальной сфере – с семьей, коллективами по интересам; в экономической сфере – с предприятиями, организациями, занимающимися производством материальных благ, оказанием различного рода услуг; с органами управления – хокимиятами; в духовно-культурной и информационной сферах – с учреждениями культуры и искусства, образовательными учреждениями, со средствами массовой информации.

Сегодняшняя современная библиотека – эта не та библиотека, пассивно ждущая своего читателя, а с книгой идущая к людям. Основной целью ее должна стать программа «Читать модно!» и приложить все усилия по продвижению книги и чтения среди населения. Проведение благотворительных акций с приглашением книжных издательств, с участием читателей и т.д.

Как было отмечено в Постановлении, информационно-библиотечным учреждениям необходимо расширить и преобразовать информационно-библиотечную деятельность, осуществить обогащение фондов информационно-ресурсных центров и библиотек образовательных учреждений, организаций и ведомств учебной, технической, методической, художественной, просветительской и научно-популярной литературой, укрепить материально-техническую базу.

Информационно-библиотечным учреждениям разных уровней необходимо осуществить организацию на системной основе просветительской работы по повышению культуры чтения. То есть проведение с этой целью

В СООТВЕТСТВИИ С УРОВНЕМ КУЛЬТУРЫ ЧТЕНИЯ ВЫДЕЛЯЮТСЯ ТРИ ГРУППЫ ЧИТАТЕЛЕЙ:

ЧИТАТЕЛИ 01 — 1-Я ГРУППА

читатели, которых в произведении интересует сюжетно-фабульная сторона. Они ищут в книге изображение сильных чувств, предпочитают книги, которые вызывают ответные эмоции

ЧИТАТЕЛИ 02 — 2-Я ГРУППА

читатели, которым свойственна познавательная направленность эстетического восприятия и способность обдумывать, анализировать прочитанное

ЧИТАТЕЛИ 03 — 3-Я ГРУППА

отличается от предыдущей высокой эстетической культурой, пониманием художественных достоинств произведения, умением анализировать прочитанное

отборочных и республиканских этапов смотров-конкурсов «Лучшая школа книголюбов», «Лучшая махалля книголюбов», «Лучшая семья книголюбов», «Самый активный библиотекарь».

Основная цель сегодняшних наших информационно-библиотечных учреждений в определении стратегии продвижения чтения, определении места информационных технологий в решении данной проблемы с использованием интерактивных форм работы. Поскольку новые информационные технологии сегодня стремительно вошли в библиотечную деятельность, сделали библиотеки более привлекательными для так называемого «цифрового» поколения, вывели библиотечно-информационную деятельность на качественно иной, более продуктивный, чем прежде уровень. Но миссия библиотеки – привлечение населения к чтению – при этом не изменилась, а лишь приобрела новую глубину и содержание, получила новый потенциал.

Важнейшей целью изучения чтения является создание типологии читателей. Особенное отличие читательских групп - это социальная среда, и образование. При социологическом подходе дифференцирующим признаком становятся социальные и демографические характеристики читателя, т.е. социальное положение в обществе, возраст, пол и др.

Современное состояние чтения молодежи отражает состояние общества. Ответственность за отчуждение от книги, чтения ложится на социальные условия существования личности. Ученые предупреждают, что дальнейшее ухудшение экономической ситуации и расслоение общества приведет к резкому изменению структуры ценностей и ценностных ориентаций массовых слоев населения, и прежде всего молодежи, что непременно сказывается сегодня на чтении и читательском поведении. Во всем мире книга перестала быть единственным средством получения информации.

Наиболее полное представление о чтении юношества в мире дает исследование Round Table for Research in Reading of IFLA в 26 странах мира в 1988–1989 гг. Это исследование состоит из семи разделов:

1. Общая информация по стране, в которой проводилось исследование;
2. Сведения об уровне образования;
3. Сведения о выпуске книг и другой печатной продукции;

БИБЛИОТЕКА ДОЛЖНА СТАТЬ СЕРДЦЕМ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И НАПРАВИТЬ ОСНОВНУЮ СВОЮ РАБОТУ НА:



4. Сведения о распространении печатных изданий и чтения в стране;
5. Сведения о развитии прочих средств информации;
6. Сведения об изучении чтения молодёжи в данной стране;
7. Обзор и вывод.

Из анализа исследований можно сделать вывод, что библиотечное обслуживание молодёжи, юношества, как часть культурной традиции и общей политики государства, может служить средством стабилизации негативных явлений в юношеском чтении. И успешность деятельности библиотек зависит от используемой в практике модели библиотечного обслуживания юношества, от ее соответствия социальным потребностям юношества, реализуемым через чтение и возможностями библиотеки как социального института.

Сегодня при работе с читателем невозможно обойтись без информационно-коммуникативных технологий, которые стремительно вошли в библиотечную деятельность, открыв принципиально новые возможности для её совершенствования, они навсегда изменили привычную деятельность наших библиотек и оказывают влияние на каждую грань библиотечной работы.

Развитие информационных технологий быстро меняет культурную среду современного человека. Согласно последним исследованиям, для большинства людей основными средствами массовой информации стали телевидение, радио и интернет. Очевидно, что

Важнейшей целью изучения чтения является создание типологии читателей. Особенное отличие читательских групп – это социальная среда, и образование

ВЫДЕЛИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ:



Показ на большом экране электронных изданий делают встречу с книгой более эффективной и содержательной. Например, по теме «Мир мыслителей Востока в зеркале современности» можно рекомендовать провести уроки

библиотекам, работающим, в основном, с печатными изданиями, следует учитывать эту ситуацию и развивать целенаправленное и продуктивное внедрение мультимедийных продуктов, наряду с традиционными.

Процесс внедрение медиаресурсов в библиотечную деятельность начался несколько лет назад с осмысления изменившейся ситуации и осознания необходимости ориентироваться в мире медиатехнологий, грамотно использовать их в профессиональной деятельности.

При проведении интерактивных мероприятий библиотеки получили возможность использовать имеющиеся в фонде CD-ROM, видеозаписи, аудиозаписи, которые способствуют продвижению новых библиотечных услуг, а также создание самими библиотеками мультимедийной продукции.

Показ на большом экране электронных изданий делают встречу с книгой более эффективной и содержательной.

На заседаниях различных клубов рекомендуем использовать DVD, слайд-презентации, музыкальные компакт-диски, различные виды информации из разных источников, в том числе и из глобальной сети интернет

В настоящее время мультимедийные ресурсы используются практически во всех направлениях деятельности и без них не должно обходится ни одно крупное библиотечное мероприятие. На заседаниях различных клубов рекомендуем использовать DVD, слайд-презентации, музыкальные компакт-диски, различные виды информации из разных источников, в том числе и из глобальной сети интернет. Подобная форма преподнесения информации вызывает большой интерес у самых разных людей, усиливает характер ее психологического восприятия, глубину усвоения.

Молодежь охотно откликается на инициативу библиотеки по продвижению новых знаний с использованием информационных технологий, мультимедиа-ресурсов. Совместно с молодежными центрами можно организовать «Фестиваль молодежных инициатив» или «Новая молодежь – новое правовое сознание», Иностранные языки в сегодняшней жизни молодежи, «Инновации в жизни молодежи» и т.д.

В последние годы стала заметна утрата чтением его исключительной роли в жизни общества, потеря статуса престижного занятия. Распространение электронных средств массовых коммуникаций и урбанизация общества повлекли за собой процесс отхода от книг: взрослые теряют навыки чтения, а дети не приобретают их. По последним данным количество вообще не читающих взрослых значительно увеличилось. Сложившаяся ситуация характеризуется специалистами как «кризис чтения». Что можно сделать в сложившейся ситуации?

Основная цель библиотек сегодня – максимальное приближение своей содержательной и организационной деятельности к реальным потребностям пользователей. В информационно-библиотечных центрах это, в основном, деловое чтение. Библиотеки, выполняя общесистемные задачи, активно участвуют в формировании единого информационного и культурного пространства местного сообщества. Сегодня одно из приоритетных направлений – это библиотечно-информационный менеджмент библиотеки, стремление стать центром притяжения общественных организаций, открытой системой, направленной на удовлетворение ожиданий населения. На это должны быть нацелены все проводимые мероприятия.

Инициировать создание новых совместных взаимовыгодных проектов со своими партнерами, организуя рекламу своих мероприятий и услуг (афиши, буклеты, закладки). Пресс-конференции, общественные слушания, собрания общественных объединений и организаций должны проходить в стенах библиотеки, должны создаваться проекты по

продвижению чтения, повышению престижа книги и библиотеки. Необходимо отдать предпочтение презентационным, интерактивным, мультимедийным формам информационно-просветительского и культурно-досугового направления.

Перечисленные формы продвижения книги позволяют позиционировать чтение как неотъемлемую составляющую образа жизни современного человека, необходимую для успешной образовательной, профессиональной и творческой деятельности. Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа и театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах местного сообщества, и особенно молодёжи, зачастую воспринимающей печатный аналог как устаревший формат. Читатели не только должны быть включены в действие эмоционально, как в классических библиотечных формах, они должны и непосредственно участвовать в действии, неизбежно внося в него те или иные коррективы, активно импровизируя. Поэтому библиотекарь просто обязан «быть в теме», владеть материалом в полном объёме. Это требует определённых интеллектуальных усилий, но результаты себя оправдывают.

Если рассматривать продвижение книги к читателю как некую маркетинговую задачу, использовать в разработке стратегии современные механизмы пиара, то выбор именно интерактивных форм работы окажется в приоритете. Эффективность любого мероприятия в большой степени зависит от креативного решения. Хороший креатив будет прекрасно работать в любом формате – будь то литературно-музыкальная гостиная, викторина или полномасштабная акция.

Но, все же, интерактивные, диалоговые формы более действенны, и объясняется это просто – увиденное и услышанное человек запоминает на 50-60 %, а то, в чём он принимал участие – на 90 %.

При интерактивном общении с читателями реакция видна сразу, и выводы можно сделать немедленно. Сейчас идет смещение интереса в сторону нестандартных форм мероприятий, нестандартных сценариев взаимодействия с пользователем. Но категорически нельзя рассматривать формат проводимых акций в отрыве от задач, которые призвана решать библиотека. Нельзя проводить чисто развлекательные игры и конкурсы, забывая о своей миссии – продвигать и популяризировать Книгу и Чтение. Интерактивные, диалоговые, мобильные формы работы:

1. Семинары-тренинги;

2. Выставки – одна из самых часто используемых форм продвижения книги к читателю. Чтобы не быть статичным предметом интерьера, чтобы работать, она должна быть интересной, привлекать формой и содержанием.

3. Конкурсы – на Дне города или села, на народных гуляниях в честь праздников. Обязательна и публикация в областной газете.

4. Чествование самых отличившихся читателей на Дне города, области, района, кишлака. Номинации могут быть самыми разными, например: «Верный друг», «Старейший читатель», «Книголюб» и др.

5. Организация современных клубов при библиотеке – сообщества энтузиастов.

6. Проведение акций «10 дней вокруг книги». Или реализация проекта «Библиотека – территория успеха», «Библиотека – катализатор знаний».

7. Плакаты-растяжки, информационные буклеты, приглашения и афиши.

Один из основных пунктов задач по привлечению читателя к чтению это содействие повышению уровня культуры чтения и информационной культуры читателя, организация сотрудничества читателя и библиотекаря на всем протяжении пользования читателем библиотекой.

Библиотекарям, работающим в библиотеках, всеми силами надо стараться возродить, сберечь и укрепить Книгу в сознании общества, видя в этом залог сохранения человеческой культуры. Ведь читающий человек – это мыслящая личность, способная изменить себя и мир вокруг нас.

По последним данным количество вообще не читающих взрослых значительно увеличилось. Сложившаяся ситуация характеризуется специалистами как «кризис чтения». Что можно сделать в сложившейся ситуации?

Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа и театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах местного сообщества, и особенно молодёжи, зачастую воспринимающей печатный аналог как устаревший формат

Хороший креатив будет прекрасно работать в любом формате – будь то литературно-музыкальная гостиная, викторина или полномасштабная акция

Мунира Махсумова, Республика ахборот-кутубхона марказининг етакчи мутахассиси

Юртимизда ахборот-кутубхона муассасалари замон талабига мослашган ҳолда ривожланиб бораётганлиги ва бу борада кутубхоналар ижтимоий институт сифатида шаклланаётгани барчамизга сир эмас. Муаллиф ўз мақоласида жамият эҳтиёжларидан келиб чиқиб, фойдаланувчиларга хизмат кўрсатиш ишларини яхшилаш, маънавий ҳаётимизни бойитишда кутубхоналарнинг ўрни ва аҳамияти нечоғлик муҳим эканлигини ҳисобга олган ҳолда фаолиятни кенгайтириш лозим эканлигини айтиб ўтади. Бугунги кунда ахборот-кутубхона марказларида мутолаани ривожлантириш мақсадида интерактив хизматлардан унумли фойдаланиш зарур эканлигини таъкидлайди. ■