

Муниципальное автономное учреждение культуры  
«Культурный центр: библиотека-музей»  
Отдел методической и инновационной работы

# Продвижение книги, чтения, библиотеки в молодёжной среде

*Методическая рекомендация*



Пыть-Ях  
2022

Редактор-составитель Е. М. Лактионова

Продвижение книги, чтения, библиотеки в молодежной среде: методическая рекомендация / Муниципальное автономное учреждение культуры «Культурный центр: библиотека-музей»; [ред.-сост. Е. М. Лактионова]. – Пыть-Ях, 2022. – 16 с.

В данной методической рекомендации представлен материал о том, как организовать работу с молодёжью, как для них создать благоприятную среду развития через чтение и книгу, какие эффективные формы мероприятий использовать, чтобы привлечь данную категорию в ряды читателей библиотеки.

Настоящая публикация преследует исключительно культурно-образовательные цели и не предназначена для какого-либо коммерческого воспроизведения, извлечения прибыли и т. п. Все материалы получены из открытых источников информации.

© Муниципальное автономное учреждение культуры «Культурный центр: библиотека-музей», 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ

Особенности молодежи как социальной группы. Актуальность продвижения чтения среди молодых людей. ....4

### ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Эффективные формы мероприятий для молодежной аудитории.....5

2. Проект «Школа молодого лидера» - успешный опыт взаимодействия библиотеки с молодым поколением читателей.....11

3. Возможности Интернет-технологий в продвижении чтения среди молодёжи.....13

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**.....15

## **ВВЕДЕНИЕ**

### **Особенности молодежи как социальной группы. Актуальность продвижения чтения среди молодых людей.**

Молодежь – это люди в возрасте от 15 до 35 лет. Так определяет эту категорию читателей библиотечная статистика.

У молодости есть ряд особенностей, отличающих ее от других возрастов. По своему характеру молодость — это переход от детства к взрослости. В каких-то вопросах молодежь является вполне зрелой, серьезной и ответственной, а в других — наивной, ограниченной и инфантильной. Эта двойственность определяет ряд противоречий и проблем, свойственных этому возрасту. Молодость – это время формирования личности, обретения своего «Я». Можно сказать, что молодость – это время ошибок: у молодого человека еще нет достаточного опыта, чтобы принимать правильные решения в многочисленных сложных ситуациях. Однако именно осознание этих ошибок формирует собственный жизненный опыт. Молодость — период неустойчивости, изменений, критичности, постоянного поиска новизны. Интересы молодых лежат в иной плоскости, чем интересы старших поколений: молодежь, как правило, не желает подчиняться традициям и обычаям, хочет преобразовать мир, утвердить свои ценности, отличные от ценностей предыдущих поколений.

Молодёжь сегодня живёт в новом временном формате. Надо успевать учиться, развлекаться, общаться со сверстниками, самоутверждаться в жизни, закалять характер. Ритм жизни убыстряется, развивается информационная инфраструктура. Поэтому молодые люди нацелены на чтение как на получение информации. Им кажется, что сегодня читать для собственного удовольствия могут лишь странные люди, выпавшие из времени, что чтение — устаревший вид деятельности. В структуре свободного времени молодёжи чтению отводится всё меньше места. Пространство свободного времени заполняется дискотеками, сетевым общением со сверстниками, компьютерными играми, TV или не заполняется вовсе ничем.

Чтение в молодости – это обучение, средство расширения кругозора, возможность пережить с героями книг сложные жизненные ситуации, способ проведения досуга. Именно в молодости, как правило, человек встречается со своей «главной книгой», которая зачастую влияет и на выбор профессии, и на отношение к жизни. Продвижение чтения в молодежной среде – актуальная проблема, требующая пристального внимания библиотечных специалистов и систематической работы.

Библиотеке необходимо расширять рамки воздействия на молодёжь, учитывать потребности молодых людей, их интересы. Большинство наших библиотек, к сожалению, не могут быть такими, какими их хочет видеть молодежь:

просторными, стильными, хорошо оснащенными, с помещениями разного назначения – и для уединенного чтения, и для встреч с друзьями, и для работы в сети Интернет, и для «перекусить». Разумеется, нужны новые, популярные и просто хорошие книги, которые могут привлечь молодых читателей. Несоответствие между возможностями большинства библиотек и потребностями молодёжи – это серьёзная проблема, решить которую библиотека не в состоянии без поддержки учредителя.

Однако, даже располагая очень скромными материальными ресурсами, мы можем сделать наши библиотеки более привлекательными, организовав библиотечное пространство с учетом потребностей наших читателей. Хорошо продуманная расстановка мебели, прежде всего, книжных и выставочных стеллажей, привлекательные и интересные книжно-иллюстративные выставки определяют стиль библиотеки.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. Эффективные формы мероприятий для молодежной аудитории

Какой должна быть библиотека, чтобы в неё приходила современная молодёжь? Ответов на этот вопрос может быть много, но за основу надо принять наличие двух факторов: актуальный фонд (много новинок, книги разных форматов, аудиоиздания) и содержательные события (мероприятия, активности), которые помогут молодым пользователям понять себя, осознать своё предназначение, научиться самостоятельно и творчески мыслить. Изобретать велосипед здесь нет надобности. Зачастую даёт эффект просто заинтересованный разговор с ребятами для них и о них. Например, можно провести День молодёжной книги, включающий в себя книжную дегустацию «Прочти первым», игровой баттл «Кто умнее всех?» и акцию «Книга для друга», где молодые читатели будут не пассивными слушателями, а активными собеседниками и экспертами в деле развития библиотечного обслуживания.

Не менее эффективной формой привлечения молодых людей в библиотеку может быть организация встречи с яркими, увлечёнными своим делом специалистами из области информационных технологий. Например, можно провести профдиагностическую беседу на тему «Как войти в АйТи?», используя креатив, интересные вопросы, споры.

Библиотекарю нужно ясно понимать, что круг интересов и выбор современной молодёжи в сфере библиотечного обслуживания развивают не библиотекари, как бы мы этого ни хотели и ни пытались сделать, а реалии сегодняшней жизни. Мы можем только предложить молодым людям свои услуги, сделав их как можно более привлекательными для них, то есть **СОЗДАТЬ УСЛОВИЯ ДЛЯ ПРИОБЩЕНИЯ МОЛОДЁЖИ К ЧТЕНИЮ.**

Одно из таких условий – *использование сети Интернет в работе библиотеки с молодежью*.

Приведём несколько примеров использования сети Интернет для продвижения чтения в молодежной среде:

- Рассылка отрывков из наиболее популярных книг по электронной почте.

- Организация на библиотечных сайтах рубрик «Обсудим книгу», рубрик-рекомендаций. Интереснейшая рубрика «На любой вкус» (<http://lib.omsk.ru/libomsk/node/1463>), рекомендующая книги, есть на сайте Омских муниципальных библиотек. Одна из ведущих этой рубрики – Наталья Михайловна Боброва, которую можно назвать профессиональным читателем, специалист высочайшего класса – так рассказывает о книгах, что рука сама тянется взять рекомендованное издание.

- Интересная рубрика «Литература без обложки» организована на сайте Тамбовской областной универсальной библиотеки им. А.С. Пушкина: это набор цитат из книг, которые можно взять на абонементе; автор и название книги не указываются – только яркий отрывок из литературного произведения и кнопка «Узнать книгу», нажав на которую можно «открыть секрет книги».

- Существует множество сайтов, на которых рекомендуются книги для чтения, сайтов, где можно обсудить прочитанное. В качестве примера можно привести сайт литературного проекта «Этногенез» (<http://www.etnogenez.ru>). Над проектом работают лучшие фантасты страны, а общий тираж проданных книг превысил полтора миллиона экземпляров. Каждая книга – это отдельная история, каждая серия — новый сюжет. На сайте можно скачать вышедшие книги в электронном варианте, а для самых любознательных и нетерпеливых на сайте еженедельно появляются главы из новых книг сериала. Книгами «Этногенез» не исчерпывается. Это еще и захватывающий аудиосериал. Это не просто аудиоверсии вышедших книг, а настоящие аудиоспектакли.

- Продвижение «книжных» сайтов среди читателей может проводиться в виде индивидуальных и групповых бесед, рассылки рекомендательных списков сайтов по электронной почте, ссылок в социальных сетях, создания и распространения печатных форм рекламы: визиток, закладок, листовок и др.

- Участие в акциях, которые организуются в социальных сетях. Например, акция ФЛЕШБУК. «ФЛЕШБУК – это книжный флешмоб в Интернете. Если вы хотите стать участником акции, вам необходимо оформить аккаунт (страничку) в любой социальной сети на имя любой книги и пригласить на нее как можно больше друзей. В течение минимум 1 месяца знакомить их с книгой через фрагменты текста, иллюстрации, биографию автора, личные переживания и т.д. Ссылки на свои странички оставляйте в комментариях блога «Флешбук», – это текст, размещенный в блоге «Флешбук» (<http://bigflashbook.blogspot.com/>).

- **ВИРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА** - одна из самых популярных форм работы библиотек с книгой в сети Интернет. Выставки новых поступлений, тематические выставки, выставки-плакаты, выставки-иллюстрации, выставки-презентации и еще множество разновидностей виртуальных выставок, которые можно разместить как на сайте библиотеки, так и в социальных сетях (<http://u.to/afu2Bg>).

Таким образом, Интернет с одной стороны уводит читателя из библиотеки, а с другой стороны, является средством привлечения к чтению.

Выставочная деятельность активно ведется во всех библиотеках. Книжно-иллюстративная выставка, как форма информационной деятельности, раскрывает содержание библиотечного фонда, обращает внимание читателей на документы актуальной тематики. Наши привычные выставки – при нестандартном подходе к их созданию – могут стать событием, привлечь внимание молодых читателей. Приведем несколько примеров таких выставок:

- **Выставка «Свидание вслепую с книгой»**. Для этой выставки отбираются литературно-художественные издания. Книги оборачиваются в бумагу – белую или цветную. На получившийся сверток прикрепляется бирка с текстом нестандартной аннотации без указания автора и заглавия книги. Например: «Классический роман о расчетливой любви» (Стендаль «Красное и черное»); «Роман о любви, ради которой женщина продала душу дьяволу» (Булгаков «Мастер и Маргарита»).

- **Оконная выставка**. Возможно создать множество вариантов книжно-иллюстративных выставок с использованием окон библиотеки как выставочного пространства. Например, в окне выставляется одна или несколько книг с краткими интригующими аннотациями, иллюстрации к книге и приглашение зайти в библиотеку.

- **Выставка книг с обложками одного цвета**: «Синие книги» или «Красные обложки», «Красное и черное» и др. Такой вариант книжно-иллюстративной выставки привлекателен своей неожиданностью, ведь синяя обложка может быть у любой книги и рядом окажутся книги по искусству и естествознанию, литературоведению и истории, художественная литература и литература научно-популярная. Оформляя такую выставку библиотека создает условия для привлечения к чтению и расширения диапазона чтения.

- **Стенд-выставка «Скачай свою книгу»**: интернет-адреса книг, которых нет в библиотеке и которые можно скачать или прочесть онлайн. Такая выставка обязательно привлечет внимание и сделает библиотеку более привлекательной для молодых людей.

- **Книжные выставки**, на которых экспонируются книги, рекомендованные сверстниками «*Что читает молодежь*», «*Советуют прочесть читатели*».

Ещё один метод обратить внимание молодых людей на библиотеку, книгу и чтение – это **опросы**. Например, блиц-опросы «Десять книг, которые потрясли Вас», «Вы – читатель?»; блиц-опросы с видеокамерой или фотоаппаратом «Вы любите читать книги?», «Какую роль играет чтение в Вашей жизни?», «Что читают в моей семье»; анкетирования «Библиотека моей мечты», «Кто Вы, наш читатель?»; опросы на сайте и в социальных сетях. Отвечая на вопросы блиц-опросов или анкет, респондент вспомнит и свою любимую книгу, и библиотеку, в которой он, может быть, не был давным-давно, и даст совет библиотеке – какой ей быть.

Невозможно не сказать *об электронных книгах*. Для некоторой части читателей любая электроника является привлекательной сама по себе. Таких молодых людей чтение интересует только при условии использования модных электронных устройств. Электронная книга ничем не хуже печатной. Просто она – другая. Хочет наш читатель держать в руках электронную книгу? Поможем ему, чем сможем: подскажем, что закачать в электронное устройство, посоветуем, как закачать и с кем поговорить о прочитанной книге.

Особо хочется сказать о флэшмобе.

**Флэшмоб** – в переводе с английского «быстрая толпа», «вспышка» толпы», «мгновенная толпа». «Флэш» – вспышка, миг, мгновение; «моб» - толпа. Это представление, рассчитанное на случайных зрителей, у которых возникают неоднозначные чувства: непонимание, интерес, ощущение необычности происходящего. Участники акции ведут себя так, будто все происходящее нормально и естественно: серьезные лица, никто не смеется и все делают вид, что не знакомы друг с другом. Сходятся, на несколько минут образуя группу, объединенную общим действием, а потом расходятся по одному. Флэшмоб не может быть использован в корыстных целях: это не реклама, не предвыборные акции в пользу кого-либо из кандидатов. Существуют правила флэшмоба, которые подробно, по пунктам изложены на нескольких веб-сайтах: мы не нарушаем общественный порядок, мы не оставляем после себя мусора, мы не участвуем в поднятии рейтингов в любых голосованиях и др. Подготовка и координация акции происходит посредством общения в сети Интернет.

**Флэшмоб** – это игра, но возможно использовать эту игру для того, чтобы привлечь внимание молодёжи к чтению, к книге, библиотеке. Например, в людном месте подходя с разных сторон по одному, по два, собирается несколько человек, достают книги, журналы, газеты – и читают. Группа держится вместе несколько минут – и расходится. Необычно, ярко, креативно – внимание наблюдающих обеспечено. Наблюдающие, как минимум, вспомнят о существовании печатных изданий.



Популярными формами в последние годы стали молодежные уличные флэшмобы: «Любимая книга», «Минута чтения», «Как пройти в библиотеку?», «Открой свою книгу». Преимущество таких акций – в массовости, быстроте и красочности. Любая библиотека может организовать такую акцию – в любом учебном заведении, с которым сотрудничает, или со своими читателями.

С каждым днем все большую популярность в России набирает **квиз**. Армия поклонников развлекательной игры растет с геометрической прогрессией. Если вы все еще раздумываете над тем, выбрать ли ее в качестве досуга для молодёжи, мы поможем вам определиться.

Итак, *что такое квиз-игра?* Само по себе, слово «quiz» в переводе с английского означает «викторина». Таким образом, **«Квиз»** — головоломная игра-викторина на логику, сообразительность и кругозор. Игра представляет собой интеллектуально-развлекательную битву. В ходе игры участники должны ответить на поставленные вопросы в условиях ограниченного времени. Здесь от игроков потребуются только: логика, сообразительность, эрудиция, умение работать в команде. Вопросы могут быть на знание чего-то, на нестандартное видение; сложные и попроще, тематические и разношёрстные — как повезёт. С развитием сети интернет появилось большое количество онлайн-квизов, для участия в которых не требуется даже отходить от компьютера.

#### Как играть?

Quiz представляет собой викторину, состоящую из нескольких раундов. Каждый раунд носит индивидуальный характер и состоит из вопросов, на которые нужно дать ответ в течение установленного времени. Ведущий зачитывает вопрос, а игрокам необходимо записать ответ на специальном бланке. Часто вопросы сопровождаются фотографиями, аудио- и видеорядом. Иногда участникам игры предлагают возможные варианты ответов, из которых необходимо выбрать верный. Вопросы могут удивить разнообразием тематики: от устройства атомного реактора до техники вышивания крестиком. В зависимости от данных ответов, командам присуждают очки. Победителем становится команда, набравшая наибольшее количество очков. Все, что потребуются для того, чтобы начать играть:

- Собрать команду;
- Придумать ей название;
- Выбрать quiz;
- Зарегистрироваться на сайте (при необходимости)

#### Советы по созданию эффективного квиза:

Основу состязания составляют вопросы, к их выбору надо отнестись тщательно: слишком простые или сложные вопросы не смогут привлечь внимание игроков. Стоит определиться и с предлагаемыми темами, особенно хорошо будет если они совпадут с интересами или увлечениями участников.

После подбора вопросов нужно продумать ход игры: будет ли соревнование командным или индивидуальным, кому будет принадлежать право выбора вопросов (или его темы) - игрокам или ведущему. Сложность вопросов может быть одинаковой по ходу игры, или меняться. В таком случае, награда за ответ на более сложный вопрос должна быть увеличена.

*Необходимо учесть, что ваши подсказки должен понимать каждый.*

Конечно, любая подсказка или совет игроку должны быть завуалированы, но порой создатели настолько прячут истинный смысл, что игрок не может понять, чего от него хотят, и у него просто появляется желание закончить игру. Никто не хочет чувствовать себя глупым!

После завершения игры не забудьте провести подсчет очков и наградить победителей и призеров. Если проводится серия соревнований, то можно составить рейтинг, включив туда команды и отсортировав, например, по сумме очков, набранных в играх. Если игра командная, то можно дополнительно отмечать особо результативных игроков, включив их в отдельный рейтинг. Не поленитесь потратить время, чтобы определиться, как надо провести квиз, и тогда интерес и активное участие игроков будет вам наградой.

Немного о том, как подготовиться к квизу...

К любой игре есть способ подготовки, он не всегда бывает быстрым. Зато поможет вам ориентироваться на играх и расширит ваш кругозор. Всё более-менее понятно, когда квиз имеет узкую тему — определённый сериал, вселенная или фильм. Но что делать, когда организаторы объявляют игру «Обо всём»?

Читайте Шерлока Холмса, Мастера и Маргариту... Вспомните школьную программу, пробегитесь по строчкам тех книг, которые нравятся и читаются молодыми людьми.

Пишите вопросы сами. Этот творческий процесс поможет в расширении кругозора. Ведь, когда будете придумывать вопросы, придётся находить красивые аналогии, другие исторические факты, выстраивать логическую цепочку вокруг загаданного факта.

На игре помечайте те вопросы, на которые не дали правильного ответа. После, на досуге разберите их, на какие детали необходимо обратить внимание. Такая работа поможет отыскать в привычном необычное, а потом вы станете замечать эти детали, не напрягаясь.

Библиотеки активно используют квизы в своей работе. Так, общедоступные библиотеки Санкт-Петербурга организуют для своих читателей квизбуки.

**Квизбук** — это интеллектуально-развлекательное соревнование, посвящённое только литературе, — книгам и писателям. Квизбуки могут быть индивидуальными (опрос одного респондента) и групповыми (разделение участников на команды).

Игра проводится в режиме брейнсторминга или мозгового штурма, стимулирующего творческую активность игроков. Не стоит бояться играть, особенно если «я ничего не знаю», ведь игра на логику. Даже если участники команды затрудняются с ответом, то можно придумать свой эксклюзивный, остроумный вариант и получить заветный балл.

Всё чаще общедоступные библиотеки стали внедрять в практику такую форму работы с молодёжью, как **кастомайзинг**. Пока все гоняются за индивидуальностью и уникальностью, самое время заняться кастомайзингом. Объясняем, что это такое.

### ***Кастомайзинг «Почувствуй себя дизайнером»***

Кастомайзинг (от английского слова «customize») означает переделку и декорирование разных вещей под ваш вкус. То есть это, своего рода, мастер-класс по созданию своего дизайна. Например, это может быть роспись сумки-шоппера акриловыми красками, когда можно сделать нечто уникальное и выразить свое творческое Я. Можно изменить крой, фасон, экспериментировать с деталями. Подручными материалами могут быть шипы, украшения, краски, нашивки и многое другое. Кастомизация помогает создать свою уникальную вещь и неповторимый стиль.

Для того, чтобы создавать модные принты на вещах необязательно оканчивать художественную школу или обладать невероятными навыками. Достаточно желания почувствовать себя дизайнером и немного приобретенных навыков. И в этом поможет кастомайзинг. За этим новым, но уже очень популярным среди молодежи, словом скрывается знакомый всем формат «сделано своими руками». Молодые люди хотят обладать уникальными вещами, в создании которых они принимали непосредственное участие.

Так, например, в библиотеках города Югорска ХМАО-Югры учат делать уникальные вещи и получать удовольствие от творчества. На мастер-классе по кастомайзингу каждый его участник собственноручно разрабатывает дизайн принта, который при помощи термопресса будет нанесен на модный шопер. В программе мастер-класса: знакомство с графическим редактором Canva, разработка макета, мини-лекция на тему осознанного потребления, термопечать на текстиле.

## **2. Проект «Школа молодого лидера» - успешный опыт взаимодействия библиотеки с молодым поколением читателей.**

Присвоение статуса модельной библиотеки потребовало от сотрудников Военно-исторической библиотеки (ВИБ) города Липецка активной перезагрузки, принципиально иных подходов к работе, новых форм общения с целевыми аудиториями, в том числе с приоритетной группой пользователей – молодёжью.

Успешным примером подобного взаимодействия стала реализация **проекта «Школа молодого лидера»**.

Разрабатывая проект «Школа молодого лидера», специалисты ВИБ стремились помочь юным читателям более полно осознать свой личностный потенциал, развить навыки социального общения, повысить уровень информационной грамотности, расширить общекультурный диапазон, сформировать активную гражданскую позицию.

Опираясь на стандартную образовательную программу, разработчики проекта внесли значительные коррективы в её содержание и сформировали собственный план занятий. Помимо разделов «Лидерство», «Командообразование», «Социальное проектирование», «Основы организации мероприятий», в него вошли тематические блоки «Уроки гражданственности и патриотизма», «Правовой ликбез», «Наука чтения и грамотности», «Искусство публичных выступлений».

Было решено проводить обучение по методу кейс-технологий, в соответствии с которым занятия представляют собой систему взаимосвязанных дискуссий, творческих заданий, мастер-классов, деловых игр и тренингов.

**Метод кейс-технологий** (от англ. *case* – «случай») – интерактивная методика обучения, направленная на формирование у человека знаний, умений, личностных качеств на основе анализа и решения конкретных реальных или смоделированных проблемных ситуаций в контексте той или иной деятельности.

Подача информации осуществлялась по принципу «От теории – к практике». Использование современных средств наглядности (интерактивная панель) и технологий виртуальной реальности, обеспечивающих эффект «погружения», позволило расширить возможности эмпирического (практического) освоения материала. Дискуссионно-игровая форма занятий позволяла молодым людям смоделировать различные ситуации и научиться эффективно находить выход из них.

На тренингах по тимбилдингу предлагались упражнения для активного взаимодействия и командообразования. Занятия начинались с разбивки аудитории на группы и раздачи материалов с советами по эффективной совместной работе. Решение таких игровых задач, как: «Повернуться в одну сторону», «Всё делаем синхронно», «Вавилонская башня», «Зачем мне нужна эта группа?» и многих других – позволило участникам продемонстрировать находчивость и сплочённость, помогло определить новые жизненные цели и приоритеты.

Как удерживать интерес слушателей? Что сказать враждебно настроенной аудитории? Можно ли преодолеть страх перед публичными выступлениями? Ответы на эти и другие вопросы дают специальные мастер-классы по классическому ораторскому искусству, в ходе которых юноши и девушки узнают о таких распространённых ошибках, как монотонность речи, отсутствие пауз,

живой мимики. Принимая всё это к сведению, они пробуют преподнести материал эмоционально, применяя различные способы привлечения внимания, избавляют свою речь от слов, не несущих смысловой нагрузки, учатся правильно использовать паузы.

*Опыт «Школы молодого лидера»* показал, что молодёжь готова активно вступать в диалог, вести полемику и предлагать свои варианты решения насущных проблем. Все встречи проходили в атмосфере позитивного общения, сотрудничества и взаимной поддержки.

Углубленному индивидуальному изучению предложенных тем способствовала новейшая литература из фонда библиотеки, подбиравшаяся к каждой встрече. Так, представленные на тематической выставке издания Наполеона Хилла «Вверх! По лестнице успеха. Книга-мотиватор», Рона Фрая «Как стать организованным? Личная эффективность для студентов», Элизы Ликт «Сделай! Твой первый шаг» и др. были призваны помочь молодежи усвоить основы принятия правильных решений, делать рациональный выбор в любой ситуации. А книги Елена Первушиной «Думай, что говоришь», «Слово не воробей. Разбираем ошибки устной речи», Татьяны Гартман «Речь как меч. Как говорить по-русски правильно», Кармила Галло «Мастер слова» содержали рекомендации по развитию коммуникационных навыков и способности к убеждению.

Слушатели «Школы молодого лидера» стали активными пользователями Военно-исторической библиотеки и теперь приходят сюда не только за книгами или ради участия в образовательных мероприятиях, но и для того, чтобы вместе с друзьями испытать свои силы в ходе интеллектуальных состязаний, продемонстрировать собственные таланты и интересно провести досуг.

Анализируя результаты проделанной работы по *реализации проекта «Школа молодого лидера»*, можно с уверенностью сказать, что проект оказался весьма успешным и открыл широкие перспективы для дальнейшего эффективного взаимодействия библиотеки с молодым поколением читателей. Уже сегодня библиотека является местом творческой и социальной активности, центром формирования молодёжной культуры, привлекательным для новых пользователей.

### **3. Возможности Интернет-технологий в продвижении чтения среди молодёжи.**

Электронная среда – это большая площадка для самореализации, саморазвития, экспериментов по продвижению книги и чтения или просто работы с массивами электронной информации. Библиотекари в электронной среде создают свои сообщества, группы по интересам, обсуждают актуальные темы, обмениваются опытом работы.

Сейчас на библиотечных сайтах открыт доступ к электронным каталогам, базам данных, фото- и видео отчетам, оказываются услуги электронной помощи специалистами библиотеки и многое другое. В электронной среде существует множество сайтов, порталов и других сервисов, которые занимаются распространением традиционной и электронной (цифровой) книги.

Рассмотрим *портал «Чтение-21»* ([www.chtenie-21.ru](http://www.chtenie-21.ru)) – это главный генератор общественного мнения и важный информационный канал для государственных и общественных структур, профессионалов и любителей книги и чтения. Он разработан Фондом «Пушкинская библиотека» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Портал разбит на рубрики, которые содержат документы, информационные сообщения, предложения государственных и общественных организаций, а также доклады и статьи российских и зарубежных специалистов, касающиеся продвижения книги и чтения в России. В рубриках описывается опыт работы библиотек по привлечению внимания к книге, в том числе, с учетом актуальных тем года.

В электронной среде существует свой виртуальный литературный мир, в нем есть и книжные магазины, и электронные библиотеки, и литературные сообщества, и литературные форумы. Литературных форумов существует в Интернете великое множество.

Наиболее интересными по отбору литературы и интеллектуальному уровню собеседников представляются следующие сервисы:

*«Беседы о литературе»* (<http://litforum.ru/>) – форум, посвященный фантастике и фэнтези. Здесь присутствует ряд «персональных» разделов, в которых идет разговор о произведениях известных писателей этого жанра как отечественных, так и зарубежных: Ника Перумова, Марии Семенович, Сергея Лукьяненко, Аркадия и Бориса Стругацких, Энн Маккефри, Вадима Панова, Роберта Джордана. На форуме также предлагаются другие темы для обсуждения: компьютерные игры соответствующей тематики, фантастические фильмы, в т. ч. анимационные.

*«ЛивЛиб.ру»* – самый динамично развивающийся сервис. Его главной особенностью считается поиск рецензий на интересующие пользователя книги, а также знакомство с новинками книжных изданий. На электронной странице сервиса ведется интересный книжный форум, содержится множество цитат и полезная информация о литературных конкурсах. Здесь посетитель сайта имеет возможность подружиться с другими пользователями, оценивать книги по трехбалльной шкале: понравилось, нейтрально и не понравилось; читать и оценивать рецензии: согласен или не согласен. Каждый пользователь может отмечать, в каком формате у него есть та или иная книга: бумажном, электронном или в виде аудиокниги. Большой плюс этого проекта в том, что в режиме реального

времени можно оставить собственную информацию о книге в разделах: «Читал», «Хочу прочитать», «Сейчас читаю».

**Сервис «БукРивер»** сочетает в себе идеи буккроссинга и просто обмена книгами. Его цель образно можно обозначить так: «Спасти дерево, не убив бобра». Пользователь предлагает для обмена ненужную ему книгу в надежде, что для кого-то она необходима. Сервис предназначен для того, чтобы любители чтения «реальных» (не цифровых) книг могли обмениваться ими между собой. Функции сервиса помогут найти участникам друг друга, дают возможность найти нужную книгу в своем городе.

**«Bookmix»** – сервис, аналогичный предыдущему. В отличие от «БукРивера» имеет еще разделы: «Цитатник», «Объявления» и «Конкурсы». Новостную ленту на сайте формируют сами пользователи, которые участвуют в разных рейтингах книг и рецензий (здесь можно написать «сочинение» и получить от пользователей оценку за него). Недавно проект запустил новый конкурс-игру под названием «Книжный квест», в котором пользователям необходимо угадать названия книг или имена литературных героев по различным признакам и подсказкам.

**«Librissimo»** – сеть, представляющая собой книжную полку, на которой есть все: от классики до современности. Здесь пользователи рекомендуют друг другу прочесть ту или иную книгу, а также могут оставлять отзывы к ним. Личное пространство пользователя в «Librissimo» - это его книжная полка, на которую можно «поставить» свои любимые или интересные для себя книги.

Таким образом, электронная среда, с одной стороны, помогает библиотекарю ориентироваться в литературном пространстве, с другой – библиотекарь сам может выступать навигатором в книжном мире.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повышение имиджа библиотеки происходит за счет представления материалов в наиболее современной форме, это означает, что библиотека развивается, не стоит на месте и использует имеющуюся техническую базу для популяризации и продвижения чтения. Современные библиотеки – это информационные центры, причем наглядность информации обеспечивается именно путем использования мультимедиа.

В заключение хочется отметить, что эффективным может стать привлечение экспертов из числа молодых людей при составлении плана мероприятий на год, при разработке концепции развития библиотеки. Это позволит учесть предпочтения молодых в библиотечном обслуживании, сделать библиотеку более привлекательной для молодежи. Также следует отметить, что процесс поддержки и развития чтения молодежи, направляемый умелой рукой профессионалов, уже дает свои значительные результаты. Российские юноши и девушки *будут* читать!

## ИСТОЧНИКИ:

1. Как создать хороший квест — полезные советы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://habr.com/ru/company/surprise\\_me/blog/315552/](https://habr.com/ru/company/surprise_me/blog/315552/)
2. Князева, Л. Школа молодого лидера: курс занятий по методу кейс-технологий / Л. Князева, А. Лихачёва // Библиотека. - 2022. - №6. - С. 19-22.
3. Мочалова, Е. В интересах молодёжи: интеллектуальные состязания в прямом эфире / Елена Мочалова // Библиотека. - 2021. - №7. - С. 51-54.
4. Семенихина, Е. Наш библиопорт: пространство креативных идей: проекты, отвечающие на актуальные запросы аудитории / Елена Семенихина // Библиотека. - 2022. - №6. - С. 15-18.
5. Смирнова, Т. Творческие диалоги с молодёжью / Татьяна Смирнова // Библиотека. – 2022. - №5. – С. 34-35.
6. Современные тенденции продвижения чтения в молодежную среду: методические рекомендации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://belebeycbs.ru/wp-content/uploads/2020/11/sovremennye-tendenczii.pdf>.
7. Щинникова, В. И. Продвижение чтения в молодежной среде: формы и методы: консультация [Электронный ресурс] / В. И. Щинникова. - Режим доступа: [http://oubomsk.ru/Posobiya/prodvizhenie\\_chtenija\\_v\\_msrede.pdf](http://oubomsk.ru/Posobiya/prodvizhenie_chtenija_v_msrede.pdf).