Министерство культуры Республики Дагестан

Национальная библиотека Республики Дагестан им. Р. Гамзатова

Служба научной информации по культуре и искусству



Министерство культуры Республики Дагестан

Национальная библиотека Республики Дагестан им. Р. Гамзатова

Служба научной информации по культуре и искусству

Трансформации социального института библиотеки

в информационном обществе

Методический материал в помощь муниципальным библиотекам республики



Махачкала, 2016

УДК 02

ББК 78.002

Т-65

**Трансформации социального института библиотеки в информационном обществе** [Текст]: Методический материал в помощь муниципальным библиотекам республики / сост. И.А. Кузьмина. – Махачкала: Типография «Наука-Дагестан», 2016. – с.

*Методический материал разработан в помощь муниципальным библиотекам республики и призван помочь библиотечным работникам разобраться в происходящих изменениях в работе библиотек в современных условиях, подсказать новые формы и методы работы.*

УДК 02

ББК 78.002

Кузьмина И.А., 2016

Типография «Наука-Дагестан», 2016

**К БИБЛИОТЕКАРЮ**

*На IV Санкт-Петербургском международном культурном форуме (15-17 декабря 2015 г.) был сделан однозначный вывод: библиотеки должны становиться «современными интеллектуальными культурными центрами».*

*Ключевое значение для реализации социальной миссии публичных библиотек имеют «Основы государственной культурной политики», нацелившие библиотеки на усиление воспитательных и просветительных функций.*

*Мы с вами всё больше сталкиваемся с тем, что общество пытается изменить наше направление деятельности, но идя у него на поводу нельзя забывать о том, что библиотеки, прежде всего, должны привлекать читателей для приобщения их к чтению книг. Задача библиотек – не отставать от запросов читателей, ради которых государство субсидирует библиотеки.*

*Данная методическая разработка призвана помочь библиотечным работникам разобраться в происходящих изменениях в работе библиотек в современных условиях, подсказать новые формы и методы работы, взятые из опыта работы российских и зарубежных коллег.*

*При разработке материала использованы издания Росинформкультура РГБ «Обсерватория культуры» и «Библиотека в эпоху перемен», а также электронные ресурсы сайта Росинформкультура РГБ.*

*Развитие и поддержание интереса к чтению в библиотеке*

*с использованием инновационных методов и технологий*

*(обзор российских источников)*

**

Со времени существования «книжной культуры» чтение превратилось в одну из самых важных технологий. Владение навыком чтения давало человеку возможность социального продвижения: он мог продолжить образование, совершенствоваться профессионально и духовно, заниматься наукой, творчеством, с пользой и удовольствием провести свободное время.

В условиях развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), снижения языковой грамотности, когда чтение становится все больше обыденным занятием («чтением некультурным»), необходимо приложить усилия всем заинтересованным сторонам для исправления негативных тенденций. Для этого необходимо постоянно взаимодействовать с читателем, оказывать ему всестороннюю помощь в выборе лучших образцов литературы, в первую очередь, художественной и нон-фикшн (т.е. документальной прозы). Читательскую потребность в качественном чтении нужно культивировать. «Заставить читать невозможно, но «заразить» чтением можно».

В первую очередь, эта задача для публичных и школьных библиотек, являющихся базовыми организациями в работе с населением по продвижению не только массового, но главное качественного чтения. На развитие чтения ориентирует библиотеки и Национальная программа поддержки и развития чтения.

В данном обзоре рассматриваются новые методы и формы, используемые библиотеками при популяризации и в продвижении чтения в виртуальной и, частично, в реальной среде.

В России книга живет, как и во всем мире: в условиях обостряющейся конкуренции со стороны шоу-бизнеса, радио, телевидения, интернета, в котором достаточно успешно развиваются электронные библиотеки.

Все исследователи подтверждают, что в XXI веке, независимо от реальной или электронной среды, чтение остается одной из базовых технологий развития человеческой цивилизации. Повысился интерес исследователей к чтению как культурному феномену и в связи с развитием чтения с экрана.

Исследуется, также, проблема социальной полезности библиотеки, новая идеология взаимоотношения ее с читателями в современных условиях, основанная на гуманистических смыслах «служения читателю» и использовании информационных технологий в качестве средства оказания всемерной помощи читателю и создания для него максимально благоприятных условий. Сейчас за рубежом и в крупных городах России создаются различные литературные кафе, интеллектуальные клубы. Почему же таким местом, где человек может «читать и мечтать», поработать с отобранной и отфильтрованной экспертами информацией, получить квалифицированный совет по поводу чтения и работе с различными текстами не может и не должна стать библиотека?

В июне 2015 г. ВЦИОМ опубликовал результаты майского опроса на тему «Как пройти в библиотеку? Российские библиотеки продолжают терять аудиторию». Опрос проводился с целью узнать, «какие форматы книг читают россияне, как давно были в библиотеке», и что, по их мнению, «станет с книгохранилищами через 10-15 лет». Сравнивались 2015, 2011 и 2009 года. Анализ данных опроса свидетельствует о снижении спроса на печатную литературу и рост использования электронных форматов. Сегодня «традиционные» книги читает менее половины российских граждан. Литературные произведения в электронном формате предпочитает 1/6 граждан. Это вдвое больше, чем четыре года назад. В электронной версии литературу читает молодёжь (34%) в возрасте от 18 до 24 лет и высокообразованные (26%) граждане. Аудиокниги выбирают всего 4% опрошенных, а «61% вовсе их не используют».

Из общего числа опрошенных в 2015 г. (1600 чел.) «в библиотеках когда-либо бывали девять из десяти россиян (89 %)». Из них: 63% (или 2/3) «были там более двух лет назад, 10% — не более двух-трех месяцев назад. 33% из числа тех, кто был в библиотеке более полугода назад (77%), и 5%, которые никогда там не были, объясняют это нехваткой времени. У каждого четвертого нет потребности в посещении книгохранилищ, потому что «литературу он читает и/или скачивает в интернете (23%)». За 6 лет число таковых пользователей выросло более чем в три раза (с 7% в 2009 г.).

Интересны предложения россиян по привлечению в библиотеки большего числа посетителей. Что надо сделать библиотекам?

1. Разнообразить и обновить книжный фонд. Так думает 28% респондентов.

2. Обеспечить доступ к электронным версиям книг библиотек через Интернет (26%).

3. Установить в библиотеках компьютеры с доступом к Интернету, другим библиотекам (26%) россиян.

4. Организовать в библиотеках «культурный досуг» (кружки, лекции). Так считает 24% опрошенных.

О необходимости рекламировать библиотеки и чтение думают 23% россиян. Кроме того, респонденты в возрасте от 18 до 34 лет считают важным, кроме книг, предоставлять в библиотеках «доступ к музыке и фильмам» (22% и 19%), а также предоставить возможность купить в них еду и напитки (19% и 13%).

2/3 россиян не считает, что библиотеки с печатными книгами могут исчезнуть через 10-15 лет, а 1/3 думает, что это произойдет. «Чаще данную точку зрения разделяют жители Москвы и Санкт-Петербурга (41%)».

Пока бумажные книги имеют достаточно большую читательскую аудиторию, а большинство россиян выбирает печатные СМИ. И это может служить хорошим знаком для библиотек, так как дальнейшее их существование в большей степени зависит от благополучия книгоиздательской отрасли, чем обладания электронными ресурсами, доступными всем в любое время суток и в любом месте (зачем тогда нужны стационарные библиотеки?). Книги стоят дорого, но их можно почитать в публичной или научной библиотеке, а за электронной версией можно не ходить в книгохранилище.

Специалисты, работающие с подрастающим поколением, пока не видят серьезной угрозы чтению печатных книг и периодики со стороны электронного формата. Наоборот, они считают, что «интернет и новые электронные устройства для чтения поддерживают желание читать, что дает некоторые надежды, если не на прекращение, то хотя бы замедление процесса падения интереса к чтению.

До настоящего времени при организации культурно-просветительских мероприятий, в той или иной степени, применяются традиционные библиотечные формы: лекции, читательские конференции, встречи с авторами, вечера поэзии, диспуты, викторины, выставки книг, дни информации и специалиста, библиографические обзоры, указатели литературы.

Компьютеризированное общество требует динамичности, образности, ярких впечатлений с элементами игры. Составляющие успешной работы современной библиотеки — наличие компьютеров и других современных технических средств, доступ в интернет, активное взаимодействие с пользователями, социальное партнерство.

В настоящее время, библиотеки (в первую очередь юношеские и детские) выделяют специальные зоны «шума». Здесь, можно лежа читать, громко говорить, читать вслух, играть, музицировать. А в идеальном варианте — где с группой единомышленников можно обсудить прочитанное за чашкой кофе (с мороженым и т.п.), поговорить с любимыми авторами (в библиотечном литературно-книжно-авторском кафе).

Но не все специалисты в области чтения приветствуют соединение литературы и еды в коммерческих целях. Тревожит тот факт, что писатели, их произведения становятся «успешными торговыми брендами отелей, ресторанов, блюд меню, вещей...».

В последние годы в деятельности библиотек регионов и муниципальных образований по продвижению чтения получили распространение короткие видеоролики (буктрейлеры), снятые для информирования населения о книге. В анонсе очередного (четвертого) Всероссийского конкурса буктрейлеров, который проводился Агентством логистики идей «Интегрум» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в рамках Года литературы, им дана следующая характеристика: «Буктрейлер — это яркий краткий (до 4 мин.) видеоролик, визуализирующий самые запоминающиеся моменты литературного произведения, мини-экранизация книги. Съемки буктрейлеров в последние годы стали популярны в России: эти ролики смело можно назвать новым видом искусства, сочетающим в себе литературу, кино, рекламу и интернет-технологии».

В последние годы библиотеки чаще стали размещать на сайтах, в блогосфере и соцсетях информацию рекомендательного характера в новых форматах. Причина подобного явления объяснима. Большие потоки информации, циркулирующие в интернете, плохо структурированы. Разнообразные ресурсы, представленные на сайтах издательств, библиотек, книжных магазинов, других организаций чаще дезориентируют пользователя, чем помогают ему при поиске нужной книги. Поисковые машины выдают в ответ на запрос много лишней информации, требующей дополнительного отбора. Пользователь заинтересован в быстром получении информации о литературе, отвечающей его потребностям, нуждается в руководстве чтением, в консультации квалифицированных экспертов (библиотекарей, критиков, блогеров, других читателей), отслеживающих потоки литературы и следящих за литературным процессом.

Продвижение именно ценной литературы одна из главных задач рекомендательной библиографии. Для того чтобы помочь читателю библиографы размещают на сайтах и в социальных СМИ упреждающую информацию о книгах. В библиотечной веб-среде создаются пособия, близкие традиционной рекомендательной библиографии. Рекомендательный характер имеют и большинство создаваемых мультимедийных электронных библиографических ресурсов. У рекомендательной библиографии — не образовательные задачи, и тем более не научные. Но это профессиональная деятельность, и главные ее задачи лежат в области просветительства и популяризации книги и чтения.Рекомендательная библиография направлена на формирование системы чтения, целостного представления о литературном процессе. В рекомендательной библиографии сформировались собственные жанры: беседы о книгах, календарь знаменательных и памятных дат, круг чтения, план чтения, листовки. Среди рекомендательных пособий и изданий выделяют малые формы: это листовки-закладки, памятки, плакаты и др. Они содержат небольшое количество книг и статей, и рассчитаны на конкретный эффект рекомендации и пропаганды.

***Новые форматы продвижения чтения в практической деятельности библиотек***

******

Представляют интерес рубрики «Выбор читателя» и «Писатель рекомендует». В последней рубрике размещаются списки литературы, рекомендованной к чтению одним из писателей. Рубрика «Выбор читателя», дает возможность познакомиться с книгами-лидерами читательского спроса за определённый период. Дважды в год на этой странице выставляются результаты — лучшая пятерка года — анализа читательского спроса современной художественной литературы в отделе абонемента.

В новосибирском проекте «Час чтения» книги читают актеры, писатели, профессиональные чтецы. Аудиозаписи чтений выкладываются в свободном доступе на сайте библиотеки.

Интересный проект по продвижению чтения среди байкеров и автомобилистов. Для реализации проекта была разработана рекламная символика в виде предупредительного дорожного знака в красном треугольнике с надписью на белом фоне «Я люблю читать!». Были изготовлены яркие флаги и наклейки на автомобили с этой символикой.

В акции - автопробеге по улицам г. Омска приняли участие 30 любителей на автомобилях и мотоциклах. Отношение к чтению участники проекта подтвердили, наклеив эмблему проекта на свое транспортное средство. Благодаря необычной форме проект привлек к себе внимание окружающих людей, вызвав сначала удивление, а потом и одобрение акции по поддержке чтения и интеллектуального досуга, «потому, что таким способом рекламируют что угодно, только не книгу и библиотеку». При общении с авто- и мотолюбителями, которые не принимали участие в автопробеге, участники разъясняли им цели автопробега, после чего многие из них присоединились к акции, наклеив эмблему на свои автомобили и мотоциклы, став добровольными распространителями чтения среди горожан. В ходе акции всем желающим были подарены стикеры с надписью «Я люблю читать!».

После окончания акции, отзывы о ней сразу появились в социальных сетях («Instagram» и «ВКонтакте»). К акции Омска присоединились активисты других городов: автопробеги были организованы в Москве, Екатеринбурге, Челябинске и в Ямало­-Ненецком АО.

Выводы. На основе выявленных материалов печатных изданий и интернет источников, в которых отражена современная картина чтения в России и деятельность библиотек по его продвижению, можно сделать следующие выводы:

• в состоянии чтения населения России произошли небольшие подвижки в лучшую сторону (в количестве читаемой книжной продукции). Однако если исходить из показателя «что читают» (качество чтения), население по-прежнему предпочитает классике потребление продукции «масскультового» содержания. Постепенно снижается чтение книги в печатном виде и растет — в электронном. Хотя больше 2/3 россиян имеют электронные средства чтения с экрана (электронные книги, смартфоны, планшеты), печатные издания пользуются устойчивым спросом россиян любых возрастов в познавательных целях, электронные - в прагматических;

* по мнению российских граждан, публичные библиотеки нуждаются в скорейшем обновлении фондов, в оснащении их современным компьютерным оборудованием с выходом в Интернет. Кроме того, необходимо создать в библиотеках условия для «культурного досуга». По мнению молодёжи, кроме доступа к текстовым источникам, в них надо организовать доступ «к музыке и фильмам», а также создать комфортные условия для питания;
* библиотеки осваивают мультимедиа технологии, процессы изготовления соответствующих продуктов (видеопрезентаций, видеороликов, видеофильмов), служащих продвижению не только книг и чтения, но самих библиотек. Большую популярность и распространение в библиотечной среде получает новый медиапродукт — буктрейлер. Они используют видеоролики в продвижении чтения через свои сайты, в блогосфере, соцсетях. Однако потенциал последних библиотеками используется пока недостаточно (мало создано сервисов для читателей; создатели буктрейлеров плохо продвигают свои продукты на интернет-площадки);
* для продвижения чтения библиотеки практически не используют такие перспективные направления как мобильная связь и QR-коды. Несмотря на загруженность у пользователя, по мнению специалистов, свободными для чтения остаются около 10 минут в день. Поэтому, передача информации о новых поступлениях книг, небольших фрагментов текстов, коротких видео, при организации предварительной подписки с соблюдением авторского права, в перспективе вполне осуществима для библиотек. Целесообразность использования QR-кодов в конкретной библиотеке требует дополнительного исследования.

*Новые методы продвижения чтения и литературы в библиотеке*

*(зарубежный опыт)*

**

Чтобы лаконично и ёмко охарактеризовать ситуацию с чтением, сложившуюся на сегодняшний день в мире, достаточно лишь слегка изменить крылатое выражение древних: «Времена меняются, и чтение меняется вместе с ними». В лавине передовых технологий появился новый читатель — мультимедийный пользователь разнообразного контента. Ускорился темп жизни современного человека, соответственно ускорилось и чтение, теснимое конкурентами в виде фильма (полтора часа), серии телесериала (30-35 мин.), похода в кафе (примерно 6 час.), музыки (вообще не занимает времени, так как может звучать фоном), интернета со статьями длиной в один абзац и т.д.

Учёный мир давно признал чтение важным процессом в области формирования человеческой личности, чему до сих пор приходят всё новые и новые подтверждения. Общеизвестно стимулирующее действие чтения на мозговую деятельность, оно улучшает концентрацию внимания, снимает стресс — хорошая книга помогает отвлечься, отдохнуть, несёт новые знания, развивает творческую фантазию, формирует ценностные ориентации, пополняет словарный запас, улучшает память, аналитические способности, навыки письма. Навык неспешного внимательного чтения может скоро исчезнуть, что поставит под угрозу умственное и эмоциональное развитие поколений, растущих в интернете, а также приведет к исчезновению важнейшей части нашей культуры — различных видов и жанров литературы, оценить которые могут лишь читающие люди.

Но, несмотря на массу аргументов в пользу чтения, сегодня у него столько проблем, что часть специалистов готова согласиться с обнародованным СМИ драматическим диагнозом - «глобальный кризис чтения», навыки которого утрачиваются, а желание заниматься им - исчезает, что в недалёком будущем сулит превратить такие понятия как книга, литература, библиотека в архаизмы.

Что говорит статистика о чтении в **Болгарии**? 51% болгарского населения не прочитал за год ни одной книги, 30% из оставшихся прочитали за тот же период от пяти до десяти книг, а 19% — более десяти.

Согласно новейшим исследованиям «Би-би-си», жители Великобритании делятся на читателей и тех, кто отдаёт приоритет телевидению. 45% британцев заявило, что предпочитает смотреть TV или DVD, чем читать. Социологи отмечают, что четыре миллиона жителей страны никогда не читало книг ради удовольствия. В Великобритании книги легкодоступны и относительно недороги. Городские библиотеки бесплатны, они предлагают читателям новинки литературы в виде бумажных книг и аудиокниг, а также организуют различные мероприятия, популяризирующие чтение, прежде всего среди детей. В библиотеке можно воспользоваться интернетом, записаться в книжный клуб, поиграть и обменяться компьютерными играми, почитать детям стихи и заодно пообщаться с другими родителями или просто выпить чашечку кофе. В 2009 г. корпорация British Telecomunication прекратила пользоваться красными телефонными будками с 20-х гг. ХХ в. являвшимися символом британской культуры и реализовала проект «усынови будку». Местным властям и общественности было предложено выкупить вышедший из употребления раритет за символический фунт. Так англичане получили круглосуточно открытые мини-библиотечки с книгами, DVD, CD, газетами и журналами. Особую популярность они приобрели в сельской местности, где не везде имеются библиотеки и книжные магазины.

По последним данным, в Германии почти 70% населения «интересуются книгами», из них 29,6% — испытывают к книгам «исключительный интерес». Количество регулярно читающих в Германии медленно сокращается, однако 24,4% респондентов заявили, что читали бы больше, если бы имели на это время. 8,5% немцев читают книги в электронном формате, ещё 11 % — заявляют, что хотели бы опробовать этот вид чтения. Книга в Германии уважаема и стоит дорого, но и зарплаты немцев тоже высоки. С XIX века в стране действует специальный закон, определяющий обязательную фиксированную цену на книги. Это служит их защитой как «культурной ценности» от негативных воздействий свободного рынка. Фонды немецких публичных библиотек носят мультимедийный характер: кроме книг пользователям выдаются DVD, CD, аудиокассеты, компьютерные игры и т.д. Желающие имеют возможность получать книги и журналы в электронном виде. Ежегодный билет в библиотеку стоит 15 евро *(1 111 рублей)*, детям бесплатно.

По результатам социологических исследований 2014 г. в Испании, где книги стоят дорого, 35% населения не читает вообще. Среди читающих 7,5% за год прочло только одну книгу, 42,1% — 2-4 книги и лишь 14,1% — более 13. 79,7% читателей предпочитают бумажные издания, а 11,1% читают только электронные книги. Библиотеками пользуются 28,6% испанцев. «Люди ничего не читают, — сетует замминистра образования Испании А. Тиана. — По уровню культуры населения мы всё больше отстаём от других стран Европы». Для повышения интереса испанцев, особенно молодёжи, к чтению, с 2014 г. в библиотеках реализуется финансируемая Министерством образования и культуры программа e-biblio, благодаря которой книги можно получать в электронном формате. Чтобы пользоваться этой системой, надо установить на считывающем устройстве бесплатную программу Adobe Digital Editions.

Согласно статистическим данным в 2014 г. в Италии 41% населения прочёл по 1 книге в год, что на два процента меньше, чем в 2013. Только 14% итальянцев читает более 1 книги в месяц. В каждой десятой семье дома нет ни одной книги. Сужение сферы чтения наблюдается и в этой стране. Правительство, обеспокоенное негативной тенденцией, рассмотрело в качестве оптимизирующей меры предложение ввести налоговые льготы для лиц, покупающих книги. Планировалось в 2014-2016 гг. возвращать им 19% от суммы покупки, вычитаемых из подоходного налога. Но этот декрет не прошёл.

Средний житель в Китае прочитывает за год 0,7 книги. В 90-е годы каждый китаец покупал по 5 книг в год, сегодня — в лучшем случае одну, хотя книги в стране дёшевы и легкодоступны. Как показало десятое всенародное исследование чтения, на вопрос о причинах, по которым респонденты не читают книг, наиболее популярным стал ответ «занят на работе, нет времени» (42,8%), далее следует «нет привычки читать» (35,8%). Среди других вариантов ответов — много смотрю телевизор, не могу найти интересных книг и т.д.

Немалых успехов добились в продвижении чтения и литературы Нидерланды. В этой стране в библиотеку можно записать новорожденного ребёнка. Все молодые родители получают информацию об этом от акушерки, а в библиотеке при регистрации младенца в качестве «читателя», им дарится чемоданчик с двумя книгами для малыша и инструкцией о чтении с новорожденными. Для детей и молодёжи до 18 лет библиотеки бесплатны. Взрослые платят за пользование ими 35 евро в год (*2 600 рублей)*. Голландские библиотеки идут в ногу со временем. Кроме книг, фильмов, прессы и музыки они располагают также коллекциями е-буков и приложений. Электронные книги можно брать и читать на ридере, компьютере или планшете. Среди приложений есть VakantieBieb (библиотека на каникулах), которая функционирует только и исключительно во время школьных каникул. В этот период в ней появляются книги и журналы разных жанров для разных возрастных групп.

В Норвегии население из года в год читает всё больше книг. Примечательно, что если интерес к газетам, журналам и комиксам падает, то популярность печатных книг только растёт. Норвежцы любят читать и читают много. 40 % населения берёт книги в библиотеках, которые по всей стране занимаются не только традиционной книговыдачей, но также являются культурными центрами для местных сообществ. Все норвежские библиотеки функционируют как одна большая, благодаря чему читатель может заказать книгу в своей библиотеке, получить её из другой и сдать в третьей. Плата за пользование библиотеками не взимается. В Норвегии продажа книг освобождена от НДС, благодаря чему их цена относительно низка. Государство всегда выкупает часть тиража выходящей книги, который затем распределяется по крупным библиотекам (1000 штук и 1550 в случае книги для детей).

В последние годы падает интерес к книге в США. Тем не менее, американцы продолжают читать и гордятся этим. Библиотеки не пустуют, но теперь свою миссию или цель большинство из них видят в том, чтобы быть центрами культуры и образования. Для привлечения новых читателей повышенное внимание стало уделяться маркетингу. По мнению американских специалистов, библиотечным работникам надо выходить за пределы своего учреждения, участвовать в мероприятиях, организованных населением, школами, фирмами либо другими институтами или особами и рассказывать людям о том, что библиотека может им предложить. Следует тратить деньги на маркетинг и рекламу библиотеки.

Финляндия — страна начитанная. Правительство Финляндии прививает населению любовь к чтению с детства. Каждый новорожденный получает от государства в подарок три книги: одну для малыша и по одной для каждого из родителей. Таким способом их побуждают читать вслух своему ребёнку, причём, прежде всего, отечественную литературу. Библиотеки имеют мультимедиальные фонды и выступают в качестве культурных центров. Книга является в Финляндии популярным подарком, а чтение - одним из любимых видов досуга.

Жители Чехии — народ книголюбов, они читают больше всех в Европе. Среднестатистический чех прочитывает 17 книг в год. Сегодня каждый второй чех пользуется публичной библиотекой, поскольку в последние годы книги сильно подорожали.

Швеция — страна, в которой читать важно, модно и престижно. Её среднестатистический житель ежедневно тратит на чтение книг по 20 минут. Это результат тщательно разработанной и последовательно реализованной государственной стратегии, а также развитой системы хорошо организованных и чётко взаимодействующих между собой библиотек. Деятельность государственных учреждений, занимающихся продвижением чтения, отлично скоординирована, что повышает эффективность и позволяет экономить средства. Шведы делают ставку на мудрый позитивизм, а не на помпезные проекты без продолжения. Например, для привлечения нечитающих подростков была издана биография популярного шведского футболиста Златана Ибрагимовича, которую те прочли, руководствуясь собственным желанием.

Из стран, с недавних пор избравших подобный путь, особенно выделяется Польша, с её скандально низкими показателями в области чтения. Попытки преодолеть нежелание поляков читать с помощью отдельных акций не возымели действия. Чтобы в ЕС, где чтение считается необходимым условием экономического развития, не превратиться в страну третьего сорта, в Польше по образцу скандинавских стран была создана и реализована Национальная программа культуры: продвижение чтения и развитие сектора книги.

В **ЕС** меньше поляков читают только румыны, греки и португальцы. Лидируют в области чтения Швеция, Нидерланды, Дания, Великобритания и Германия. Есть государства, которые сумели сохранить престиж чтения, и не щадя сил и средств, продолжают поддерживать его на высоком уровне. Для решения этой проблемы в них, как и в подавляющем большинстве стран, используется весь известный арсенал методов и форм работы с реальными и потенциальными читателями: традиционный (книжная ярмарка, фестиваль, читательская конференция, диспуты по книге, творческие встречи с писателями, книжные клубы, викторины, чтение вслух и др.) и появившийся в последние годы:

* флэшмоб читателей или совместное (группой) громкое чтение в публичных местах (на улицах городов, в торговых центрах и т. д.);
* буккроссинг — «книговорот» свободных от оплаты и даты возврата книг, которые надо лишь искать, делиться с другими и читать (книга оставляется в случайном месте — на сидении автобуса, уличной скамейке, на «буккроссинговой полке» в библиотеке — любой может взять её, прочитать и передать другому;
* книжный мурализм — современный вид настенной живописи, представляющий собой цитаты книжно-литературной тематики, воспроизведённые на стенах зданий, в том числе библиотек;
* 3D - стрит-арт — трёхмерные рисунки книжно-литературной тематики с цитатами, воспроизведённые на тротуаре с целью привлечения внимания к библиотеке и книге;
* микробиблиотеки — разнообразие форм, оригинальность замыслов, литература и развлечение — адаптация под библиотечки неожиданных пространств, в качестве которых выступают — старые телефонные будки, почтовые ящики, мебель, банкоматы. В микробиблиотеках можно брать и сдавать книги 365 дней в году 24 часа в сутки по принципу «бери книгу и оставь книгу»;
* букматы — автоматы с книгами, обычно их можно встретить в аэропортах, на вокзалах или на улицах. Одни платные, другие — нет. Так, например, американская авиакомпания Jet Blue Airways установила и поддерживает работу нескольких бесплатных букматов в беднейших районах округа Колумбия.

Одним из способов стимуляции навыка чтения книг, например, в Америке является привлечение к их популяризации известных личностей (политики, спортсмены, звёзды шоу-бизнеса с книгой в руке). Порой, это приносит колоссальный эффект. Достаточно было ведущей ток-шоу, знаменитой Опре Уинфри, сказать о романе Стейнбека «К востоку от рая», что «это идеальная книга для летнего отдыха», как его тотчас смели с прилавков; порекомендовать «Анну Каренину» Толстого — и на книгу возник сумасшедший спрос.

Но опыт государств, сумевших сохранить престиж чтения у своего населения, показывает, что главное отличие их метода заключается в системном подходе, когда в создании и поддержке разветвлённой инфраструктуры чтения принимают участие все ее составляющие: правительство, министерства, органы местного самоуправления, общественные организации и частные лица. При этом в центре всего, что связано с чтением, находится современная библиотека XXI в. — самый демократический институт, где нет дискриминации ни по уровню образования, ни по материальному положению или полу, с эгалитарным (уравнительным) доступом к знаниям и культуре.

***Библиотека в культуре информационного общества***

******

Особое внимание в статье уделено изменениям социально-гуманитарного характера. Выявлены формальные и неформальные образцы социальных отношений, роли и статусы библиотекаря. Изучаются явные и неявные функции библиотеки, конфликт традиционных структур и новых институциональных норм. Раскрывается роль библиотекаря и читателя в происходящих процессах.

Наступила «эпоха информатизации». Изучение будущего библиотеки в информационном обществе требует акцентирования не только на технико-технологических новациях, модернизирующих библиотечные процессы. Наиболее интересны и значимы изменения социально-гуманитарного характера, связанные с реализацией основных функций библиотеки.

Следует разделять явные и неявные функции библиотеки. Основная функция библиотеки как социального института выступает её сущностной основой, элементом, сохраняющим постоянство её деятельности, адаптирующим к внешним изменениям. Добавленная функция удовлетворяет потребностям других социальных институтов или групп. Это нередко препятствует реализации основной функции и вызывает дисфункциональное состояние.

Культуросозидающие, идеологические, образовательные, политические, культурно-просветительные, социально-управленческие и любые другие задачи библиотеки, определяемые в библиотековедении как её социальные функции, в конкретных социально-исторических условиях оказываются или представляются более развитыми, нежели её основные функции. Между тем именно в слабом внимании к явным функциям библиотеки кроются многие проблемы библиотечной науки и практики.

Если рассматривать удовлетворение информационных потребностей и обеспечение доступности опубликованной информации в качестве основной функции библиотеки, а остальные функции – как следствие её реализации, можно отметить, что в библиотеке до последнего времени не было серьёзного расхождения между «реальной» и «формальной» деятельностью, несмотря на межведомственный характер регулирования библиотечного дела. Наблюдаемый сегодня крен в сторону производных функций, например, приоритет досуговой функции над информационной, не может рассматриваться как дисфункция данного социального института. Это – показатель нестабильности общества, который, тем не менее, должен насторожить информационно-библиотечную науку.

В данном случае можно говорить о стимулируемой государством подменой основной функции библиотеки производной функцией.

Дисфункция библиотеки как социального института состоит в том, что в условиях информатизации изменившиеся социальные потребности не нашли адекватного отражения в её деятельности.

С другой стороны, система ведомственного управления пытается продлить традиционный социальный уклад библиотеки, оставить её функции неизменными, что вызывает стагнацию этого социального института. Основной акцент сделан на функцию сохранения материальной культуры (самого книжного богатства и его оцифровку), в то время как общество выдвигало потребность в доступности не только материального, но и нематериального информационного и культурного наследия. Таким образом, сформировался лаг (*запаздывание результата*) между социальной потребностью и реальными возможностями библиотеки.

Одним из показателей этого выступает особое явление: правила и нормы, составляющие основу, разделяет библиотекарь, а читатель – нет. Это и находит проявление в снижении числа пользователей библиотек.

Массовый потребитель выступает ведущим социальным субъектом информационной сферы, забрав у библиотекаря лидерство в определении форматов и содержании взаимодействия.

На изменение социального статуса библиотеки и библиотекаря влияют:

* упущенные библиотекарем возможности на начальных этапах информатизации;
* отставание библиотекаря от читателя;
* усиление конкуренции (книжного рынка, Интернета, ТВ и др.).

В этих условиях возникает задача двойной обратной связи – взаимных приспособлений библиотекаря и читателя, который по сути дела вывел библиотеку из своих повседневных практик.

Перечислим перспективные направления развития социальных отношений библиотекаря и читателя:

1. Реструктуризация классических цепочек «библиотекарь – читатель» и «библиотекарь – общество» в условиях изменения роли читателя. Библиотекарь теряет роль «гуру» и упускает из рук разрешённые «верёвочки» патернализма (*отеческое отношение*), возрастает роль инициатив читателя в продвижении новых форм и других новаций.

2. Расширение разнообразия социально-ролевых цепочек, в которые интегрирован библиотекарь: «автор – издатель – библиотекарь – читатель», «автор – издатель – государство – библиотекарь – читатель», «государство – автор – издатель – библиотекарь – читатель», «библиотекарь – семья», «библиотекарь – школа», «библиотекарь – политические движения», «библиотекарь – местные сообщества». Законное представительство интересов автора и читателя посредством обеспечения взаимодействия между ними – принципиально новая задача библиотекаря в современной информационной среде.

3. Социальные задачи современной библиотеки видятся следующим образом: обеспечение доступности разнообразных способов удовлетворения информационных и других потребностей, имеющих информационную природу, для потребителей всех уровней.

Предлагаемая трактовка понятия разнообразия подразумевает выбор личностью, социальной группой, организацией, обществом из множества информационных явлений тех, которые более всего соответствуют задачам социальной активности субъекта, особенностям его информационной культуры.

Категория разнообразия выступает основой «закона Лотмана – Шрейдера»: в кризисные периоды определённые пласты культуры подвергаются давлению, снижающему их естественное разнообразие за счёт исчезновения «крайних элементов», резко отличающихся от среднего уровня в положительную или отрицательную сторону. Следовательно, уменьшение разнообразия, отторжение всего, что отличается от заурядности, является важным признаком кризисного состояния. По мнению Ю.А. Шрейдера, тенденция к уменьшению разнообразия есть существенный симптом кризиса культурной ситуации, а увеличение разнообразия свидетельствует о здоровье культуры.

Современная социальная задача библиотекаря состоит не просто в обеспечении доступности, а в обеспечении доступности именно разнообразия, предоставлении свободного выбора тех информационных ресурсов или той формы удовлетворения информационной потребности, которые наиболее соответствуют пожеланиям и особенностям потребителя. Значимость такого решения обусловливается тем, что разнообразие расширяет возможности выбора, выступая одним из важнейших источников развития в «обществе потребления», члены которого привыкли к вариативности.

***Приложение 1***

***Нормативные акты в области библиотечного дела:***

1. Основы государственной культурной политики: утв. Указом Президента РФ от 24.12.2014, № 808 // minkultrd.ru

2. Основы законодательства Российской Федерации о культуре: утв. ВС РФ 09.10.1992, № 3612-1(с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) // СПС «Консультант плюс»

3. О библиотечном деле: Федеральный закон от 29.12.1994 № 78-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) // СПС «Консультант плюс»

4. Об обязательном экземпляре документов: Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ (ред. от 05.05.2014)// СПС «Консультант плюс»

5. О библиотечном обслуживании населения в Республике Дагестан: Закон Республики Дагестан от 29.12.2005, № 75 (ред. от 09.03.2016) // /СПС «Консультант плюс»

6. О культуре: Закон Республики Дагестан от 13.03.2000, № 10 (принят Народным Собранием РД 24.02.2000) // СПС «Консультант плюс»

7. Об обязательном экземпляре документов Республики Дагестан: Закон Республики Дагестан от 05.11.2008, № 48 (ред. от 10.04.2015) // СПС «Консультант плюс»

***Используемая литература:***

1. Лопатина Н.В. Библиотека в культуре информационного общества. // Обсерватория культуры. – 2015. - № 5. – С. 27-31.

2. Онуфриенко Г.Ф. Новые методы продвижения чтения и литературы в библиотеке (зарубежный опыт). // Библиотека в эпоху перемен. – 2016. - № 1.

3. Смирнова И.П.Развитие и поддержание интереса к чтению в библиотеке с использованием инновационных методов и технологий (обзор российских источников). // Библиотека в эпоху перемен. – 2016. - № 1.

**СОДЕРЖАНИЕ**

К библиотекарю ………………………………………………………………

Развитие и поддержание интереса к чтению в библиотеке с использованием инновационных методов и технологий (обзор российских источников) ………………………………………………………………..

Новые форматы продвижения чтения в практической деятельности библиотек …………………………………………………………………..

Новые методы продвижения чтения и литературы в библиотеке (зарубежный опыт) …………………………………………………….….

Библиотека в культуре информационного общества ………………..…

Приложение 1 ………………………………………………………..….…

Используемая литература ……………………………………………..…

*Кузьмина Ирина Александровна*

Трансформации социального института библиотеки в информационном обществе

Главный редактор *Алиев А.Д.*

Редактор *Мамаева А.И.*