

Степанова Анна Сергеевна, старший научный сотрудник Центра чтения Российской национальной библиотеки

Ялышева Вера Викторовна, старший научный сотрудник Центра чтения Российской национальной библиотеки, председатель Секции по чтению Российской библиотечной ассоциации, кандидат педагогических наук

# Книга и чтение в пространстве ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

## ЧТО ПОКАЗАЛ КОНКУРС?

В 2009-2010 гг. Секцией по чтению РБА и Центром чтения РНБ был проведен Всероссийский конкурс для библиотек «Продвижение книги и чтения средствами визуальной культуры».



Проведение конкурса было поддержано Некоммерческим Фондом «Пушкинская библиотека», Межрегиональным центром библиотечного сотрудничества, Исковской ОУНБ, Центром книги ВГБИЛ имени М. И. Рудомино, ЦГПБ имени В. В. Маяковского г. Санкт-Петербурга, Издательской группой «ГРАНД-ФАИР», журналом «Библиотечное дело».

Целью конкурса явилась популяризация книги и чтения с помощью средств визуальной культуры. Представленные работы оценивались по четырем номинациям: 1) Видеофильмы, 2) Видеореклама (рекламные ролики и видеопрезентации), 3) Телевизионные передачи (отдельные передачи или циклы, подготовленные при участии библиотек), 4) Слайд-фильмы.

Заявленная тематика оказалась близкой библиотекам разных типов и видов: 220 библиотек из 68 субъектов Российской Федерации, а также Республики Казахстан прислали на конкурс 387 работ.

Уровень включенности библиотек в процесс создания и использования видеопродукции напрямую зависит от их технической оснащенности, которая в целом по России продолжает оставаться на достаточно низком уровне. По состоянию на 1 января 2010 г. удельный вес общедоступных библиотек Российской Федерации, оснащенных компьютерами, составил чуть более 33% [1, с. 16]. Тем не менее, мы имеем явную положительную динамику изменений в этом отношении. Практически во всех регионах есть библиотеки, в том числе и сельские, хорошо технически оснащенные и успешно в течение уже ряда лет осваивающие новые компьютерные технологии. Поэтому некоторые участники смогли представить свои работы по всем четырем номинациям. Количество присланных работ от одной библиотеки колеблется от 1 до 9. Самой популярной номинацией, к которой была отнесена почти половина конкурсных материалов (182 работы – 47%), оказалась номинация «Слайд-фильмы». Как и ожидалось, самой малочисленной оказалась номинация «Телевизионные передачи» (50 работ – 13%). Практически равное количество работ поступило по номинациям «Видеофильмы» (74 работы – 19%) и «Видеореклама» (69 работ – 18%). Ряд присланных материалов, прежде всего, мушкетерских изданий, оказался вне номинаций. Значитель-

особо хотелось бы отметить совместный проект Муниципального объединения библиотек г. Екатеринбурга и Объединенного музея писателей Урала «Великий книжный путь», составной частью которого является виртуальный «Музей живой книги». С ним можно ознакомиться на веб-сайте: <http://www.kniga.ompu.ur.ru>. Таким образом, заявленные номинации не смогли охватить все возможные варианты работы библиотек, и это определяет дальнейшие перспективы конкурсной деятельности.



Результаты конкурса были оглашены на XV Ежегодной конференции РБА в г. Томске 20 мая 2010 г. Заключительное мероприятие и презентация лучших работ состоялись на VII Межрегиональном фестивале по продвижению книги и чтения «Осень в Михайловском» (пос. Пушкинские Горы, Псковская область). 8 сентября 2010 г. здесь был проведен Круглый стол «Медиапродукция библиотек по продвижению чтения», в котором приняли участие представители библиотек-победителей конкурса.

В рамках Всероссийского конкурса Комитетом по культуре Санкт-Петербурга, ЦГПБ имени В. В. Маяковского г. Санкт-Петербурга и Секцией по чтению РБА был инициирован региональный конкурс по Северо-Западному федеральному округу. Итоги этого конкурса были подведены на Межрегиональном семинаре «Продвижение книги и чтения средствами визуальной культуры (опыт России)», который прошел в ЦГПБ имени В. В. Маяковского 18–19 октября 2010 г. В нем приняли участие как победители этого конкурса, так и представители библиотек Северо-Западного федерального округа. На семинаре не только демонстрировались и обсуждались конкурсные работы, но и были проведены мастер-классы по созданию видеопродукции в поддержку чтения. Каждый участник получил диск, содержащий лучшие работы регионального конкурса. Информация о составе участников и призерах конкурса опубликована

на веб-сайтах Центра чтения РНБ и Секции по чтению РБА. Конкурс показал, что работа по освоению пространства визуальной культуры в различных библиотеках поставлена по-разному. В ряде библиотек создание видеоматериалов стало привычным направлением деятельности, и количество имеющихся продуктов измеряется десятками. Например, МУК ЦБС «Курский Культурный центр семейного чтения и досуга» г. Курска с 2007 по 2009 гг. в рамках работы по созданию мультимедийного обеспечения работы библиотечной сети создал более 100 презентаций в формате PowerPoint в жанрах сопровождения лекций и бесед, электронных викторин, электронных рекомендательных списков литературы. В ряде библиотек реализуются специальные проекты, направленные на создание видеопродукции. Так, МУК «ЦБС» г. Кемерово в рамках реализации проекта «Информационный супермаркет» создала целый ряд визуальных продуктов, в том числе в русле рекомендательной библиографии. Таким образом, для участия в конкурсе такие библиотеки отбирали лучшие работы, соответствующие теме продвижения чтения. С другой стороны, некоторые конкурсные работы были первым опытом обращения их авторов к работе над визуальным продуктом.

Техническое оснащение – необходимое, но отнюдь не достаточное условие успешной деятельности. Другая важная составляющая – профессионализм библиотекарей,

их умение и готовность работать, творческий потенциал, понимание возможностей и перспектив использования визуализации в деле пропаганды книги, чтения и библиотеки.

Проведение конкурса выявило наличие определенных стереотипов профессионального сознания библиотекарей, характеризующих их взгляды на создание и использование видеопродукции в поддержку чтения. Так, в профессиональной среде распространено мнение о резком противостоянии книжной и визуальной культуры. Имеет место недооценка роли визуальных образов в современном мире вообще и в культуре в частности. Еще в недавнем прошлом в профессиональном сознании так же противопоставлялись компьютер и книга. Сегодня ситуация меняется, и библиотекарями все чаще компьютер воспринимается как союзник, а не как конкурент в деле пропаганды книги и чтения.

Другой профессиональный стереотип – неадекватное восприятие библиотекарями роли видеопродукции в продвижении чтения и практике работы в целом. В ряде случаев наблюдается завышенная самооценка уже созданной продукции. В том числе, как достижение рассматривается сам факт наличия таких материалов. Некоторые из них можно рассматривать как первый опыт, «ученический» материал, в процессе создания которого происходит освоение нового, однако их рекламный, творческий, учебный, просветительский, информационный потенциал минимален, если



## КОНКУРС

вообще присутствует. К сожалению, в ряде конкурсных материалов имеются фактические, фактографические, стилистические ошибки. Имеет место и тенденция, когда библиотеки присылают на конкурс имеющуюся у них продукцию, отвечающую формальным, но не содержательным требованиям. С другой стороны, первый опыт обращения к созданию мультимедийных материалов может привести к появлению достойного продукта. Так, одним из победителей в номинации «Слайд-фильмы» оказалась работа «Книжное слово на кончике кисти», выполненная библиографом филиала № 17 МУК «ЦБС» г. Воронеж. Это редкий пример непривычного раскрытия привычной темы: рассказ о творчестве Н. В. Гоголя через обзор книжных иллюстраций к его произведениям, созданных художниками разных эпох. Целевой аудиторией слайд-фильма являются подростки. Автором четко продуманы возможности использования продукта в библиотечной практике, а сама работа выполнена на высоком качественном уровне. Это прекрасный пример профессионального подхода к созданию продукта, решающего просветительские и образовательные задачи.

В библиотеках создано довольно много слайд-фильмов и видеопрезентаций без учета целевого и читательского назначения. К ним можно отнести материалы сопроводительного, отчетного характера, видеосъемка библиотечных мероприятий, а также видеоряд, не несущий смысловой нагрузки. Очевидно, что авторы такой продукции не задумываются над возможностями ее использования. В частности, многие фильмы, посвященные библиотекам, перегружены показателями библиотечной статистики и рассказывают о профессиональных проблемах. Возникает вопрос, для кого и зачем создаются такие фильмы? Учредители и так получают отчеты библиотек, а реальным и потенциальным пользователям больше интересно, что библиотека может им предложить. Несмотря на большой массив фильмов о библиотеках, качественных рекламных продуктов среди них очень мало. Фактически создание подобных материалов является самоцелью, затраченные усилия неоправданны.

Именно поэтому удачные примеры рекламных фильмов и роликов о библиотеках заслуживают особого рассмотрения. Здесь хотелось бы отметить

фильм «Новая библиотека приглашает», представленный Эжвинской ЦБС г. Сыктывкара. Создание фильма было приурочено к открытию филиала ЦБС в новом микрорайоне. Фильм выполняет рекламную функцию и рассказывает о том, какие услуги библиотека может предоставить жителям микрорайона разных возрастов, профессий и интересов, а также знакомит с сотрудниками библиотеки. Образ библиотеки органично вписывается в облик микрорайона. Массив имеющихся работ настоятельно требует критического осмысления наработанного опыта, что является весьма перспективным направлением при разработке программ повышения квалификации. Проблемой сегодняшнего дня является подход к созданию визуальной продукции как к некоему универсальному средству. Отчасти этим объясняется расширенное целевое и читательское назначение визуального продукта. Например, на конкурс был прислан видеофильм, выполненный детской библиотекой и посвященный творчеству одного из русских



классиков. В качестве целевой аудитории фильма библиотека рассматривает детей от пяти до четырнадцати лет. Столь же широко видятся создателям и условия, при которых он может быть использован. Специалисты детской библиотеки не могут не понимать, что формы подачи и содержание материала для ребенка пяти лет и подростка четырнадцати должны базироваться на психологических особенностях каждой возрастной группы и существенно различаться. Педагогическое воздействие должно основываться на постулатах возрастной психологии, в противном случае эффект от проводимой работы будет минимальным, если вообще не отрицательным. Существенно снижает качество визуальной продукции библиотек подход, при котором созданием видео- и/или слайд-материалов занимается один сотрудник. Таким

образом, специалист, даже квалифицированный, оказывается в замкнутом круге своих представлений и возможностей, выйти за который достаточно трудно. В результате множатся продукты, однотипные в техническом и содержательном отношении. Безусловно, очень осложняет работу как недостаток опыта создания визуальных продуктов, так и отсутствие штатных специалистов в области информационных технологий. Наблюдается тенденция к созданию материала, дающего готовую информацию и не побуждающего человека обращаться к книге. В материалах конкурса особенно широко этот подход заметен применительно к работам краеведческой тематики. В ряде из них книга не только не фигурирует в качестве источника краеведческой информации, но и вовсе отсутствует. Профессиональное сознание, к сожалению, зачастую

не готово рассматривать визуальную культуру как источник новых возможностей для стимулирования познавательной деятельности и тяги к чтению.

В качестве положительного примера продвижения краеведческой книги хочется отметить работу Новгородской ОУНБ «Книга о Новгороде», созданную к 1150-летию Великого Новгорода. Фильм состоит из рассказов известных горожан о книгах новгородской тематики. Беседы ведутся на фоне достопримечательностей города. Заслуживает внимания сам подбор участников фильма, среди которых мэр и представители администрации города, почетные жители Новгорода, известные ученые, работники культуры, священник и другие известные новгородцы, каждый из которых имеет свою аудиторию влияния. В фильме органично сочетаются город, его жители и книги о нем. Данная

**“Любовь к чтению  
никогда не бывает  
безответной”**

*Полина Дашкова*

**ЧИТАЙТЕ КНИГИ!**



## КОНКУРС

конкурсная работа была отмечена специальным призом Секции РБА «Краеведение в современных библиотеках».

Обзор опыта практической деятельности по созданию электронной продукции в 2000-х гг. показывает, что освоение пространства визуальной культуры для многих библиотек началось с создания электронных презентаций, сопровождающих доклады или обучающие мероприятия и направленных, в первую очередь, на профессиональную среду. Безусловно, к созданию таких документов предъявляются специфические требования. Подход к созданию презентации как сопроводительному материалу был зафиксирован и в методических пособиях, составленных в начале 2000-х гг.: «Независимо от носителей, на которых она выполнена, презентация включает в себя и некоторые элементы отчетности (статистические данные), и элементы анализа, экспертной оценки, а также – прогнозирования, перспективного планирования и многое другое, что зависит от конкретных целей и задач» [2, с. 3]. Таким образом, на начальном этапе библиотеки учились создавать электронную продукцию, ориентируясь на профессиональное сообщество.

Постепенно наступает осознание того, что у визуальных материалов может быть разное целевое назначение. Так, специфическим направлением деятельности является пропаганда книги, чтения, библиотеки. Продукция, служащая этой цели, может носить просветительский, обучающий, информационный, рекомендательный, рекламный характер. В каждом случае должны учитываться определенные требования. Например, при создании рекламных материалов необходимо учитывать законы рекламной деятельности. Один из важнейших принципов рекламы любого продукта или услуги заключается в умении взглянуть на объект рекламирования глазами потребителя. Необходимо учитывать те ценности и представления, которые разделяет целевая аудитория, говорить на языке, понятном и близком этой аудитории. В рекламном продукте велика роль эмоциональной составляющей.

Именно рекламные продукты в поддержку чтения с четким целевым и читательским назначением оказались выполнены на наиболее высоком профессиональном уровне, поэтому им и было отдано

предпочтение при определении победителей конкурса.

Привлечение целевой аудитории к созданию рекламной видеопродукции позволяет библиотекам наиболее адекватно передать ее интересы и настроения. Поэтому в числе победителей оказалось много материалов, созданных в сотрудничестве библиотеки и читателей, как правило, детей и молодежи. Степень участия библиотеки в создании таких материалов может быть различной. В частности, региональные Центры чтения находятся в постоянном поиске агентов влияния в разных группах. Они стремятся выйти за пределы библиотечной аудитории, привлечь к продвижению книги и чтения творческих людей, идеи которых близки и понятны отдельным целевым группам. Например, второе место в номинации «Слайд-фильмы» заняла презентация Мурманского регионального центра чтения «Открытая книга»: «Книга, без сомнения, движение вперед», созданная в 2008 г. и явившаяся первым опытом Центра по созданию рекламной мультимедийной продукции, направленной на широкую молодежную аудиторию. Молодые музыканты мурманской рэп-группы «Dam-k-gad» студент Алексей Савкин и преподаватель Герман Иванов Мурманского ГТУ подарили Центру чтения песню о пользе чтения. На основе этой песни и была создана слайд-презентация.

Широко распространенным направлением деятельности стало проведение библиотеками различных творческих конкурсов, в том числе конкурсов социальной рекламы чтения. Первое место в номинации «Видеореклама» заняли материалы конкурса «А молодежь-то читает!», проведенного МУК «ЦБС» г. Пскова среди старшеклассников и студентов города в 2009 г.

Практически все детские библиотеки имеют богатые архивы результатов творческих конкурсов. К сожалению, зачастую их потенциальные возможности в рекомендации той или иной литературы недооцениваются. Прекрасный пример вторичного анализа детского творчества и создания на его основе мультимедийного продукта продемонстрировал занявший второе место в номинации «Видеофильмы»



мультфильм ЦГДБ имени А. П. Гайдара г. Москвы «Дети рисуют Гайдара». В нем объединены детские рисунки и литературные отзывы юных читателей. Создатели мультфильма поставили перед собой следующую задачу: бережно сохраняя авторский рисунок, привлечь внимание к деталям, постараться усилить общее впечатление и значение детского рисунка как важнейшего инструмента читательского самовыражения. Таким образом, используя результаты детского творчества, библиотека разработала рекомендательный продукт, привлекательный для детей.

Другой подход при создании видеопродукции – приобщение читателей к совместному творчеству. МУК «ЦБС» г. Ноябрьска заняла первое место в номинации «Видеофильмы» с серией фильмов «Кабинетные размышления о классиках – избранные вопросы для молодых современников».

Данная работа имела цель: посредством музыкального видеofilmа вызвать у молодежи интерес к чтению русской классической литературы, желание развивать свои литературные интересы, творчески осмысливать прочитанные произведения. В основу видеofilmа лег поиск ответов на вечные вопросы, волнующие молодых людей, которые они хотели бы задать тому или иному писателю. Каждая из четырех серий фильма была посвящена одному вопросу и одному писателю: А. П. Чехову, Н. В. Гоголю, Л. Н. Толстому, И. А. Гончарову. Неординарность такого подхода к продвижению классики заключается в наглядной демонстрации связи времен, в стимулировании рефлексии по поводу прочитанного. Такой же подход – сотворчество библиотеки и читателей – использовала МУК «ЦБС» г. Кемерово при создании видеоролика

«Библиотека имени Н. В. Гоголя», представляющего собой рекламу библиотеки. Данный ролик занял второе место в номинации «Видеореклама». Особенно активно в этом направлении работают школьные библиотеки совместно с учащимися. Яркий, динамичный видеоролик «Испокон века книга растит и лечит человека» библиотеки МОУ «СОШ № 68» г. Рязани занял третье место в номинации «Видеореклама». В основе ролика лежит идея терапевтического воздействия книги и чтения, доносямая до зрителя посредством визуальных образов. Достаточно эффективными могут быть и продукты, созданные непосредственно библиотекарями, если они выполнены творчески и на высоком профессиональном уровне. Здесь хотелось бы отметить научные библиотеки высших учебных заведений. Сегодня эти библиотеки зачастую

**“Человек,  
не читающий книг,  
удивительно скучен”**

*Екатерина Вильмонт*

**ЧИТАЙТЕ КНИГИ!**



работают в рамках комплексных проектов по созданию визуальных материалов образовательного, информационного и рекомендательного характера. Так, занявшая первое место в номинации «Слайд-фильмы» Научная библиотека Волгоградского государственного университета с 2008 г. реализует проект «Визуальная культура в пространстве вузовской библиотеки», целью которого является формирование интереса студенческой молодежи к книге как источнику информационного и интеллектуального развития. В рамках проекта создаются как презентации, направленные на продвижение чтения в целом, так и продукты, представляющие серии научной и научно-популярной литературы, а также творчество отдельных авторов. Среди присланных на конкурс работ особо хотелось бы выделить слайд-фильм «Феномен Бориса Акунина», многоаспектно раскрывающий творчество этого автора.

Продвижение отраслевой и научно-популярной литературы имеет свою специфику. Немногие библиотеки имеют успешный опыт в этом направлении. Здесь вновь хотелось бы отметить библиотеки вузов, в частности, Научную библиотеку Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск) и ее работу «Куда приводят мечты – Джеймс Хэрриот», посвященную творчеству английского писателя и ветеринара. Эта работа была отмечена спонсорской премией ВГБИЛ имени М. И. Рудомино.

Центр чтения РНБ отметил спонсорской премией слайд-фильм ЦГДБ им. М. Горького г. Комсомольска-на-Амуре «Растут ли на деревьях булки?», созданный для школьников 4–5 классов и рассказывающий о многообразии мира деревьев на основе научно-популярной литературы.

В известной степени уникальным является видеофильм Ленинградской ОУНБ «Книжные премудрости дачной жизни», не только пропагандирующий литературу сельскохозяйственной тематики, но и рекламирующий информационно-библиотечные ресурсы и услуги отдела сельскохозяйственной литературы. Фильм занял третье место в номинации «Видеофильмы».

Сам конкурс, безусловно, стимулировал дальнейшую деятельность по созданию видеоматериалов:

победители конкурса демонстрировали на итоговых мероприятиях новые продукты и говорили о перспективах развития этой работы. Анализ деятельности библиотек по созданию визуальной продукции позволяет говорить о том, что, во-первых, растет количество библиотек, ведущих эту работу, во-вторых, возрастает количество самих видео- и слайд-продуктов, в-третьих, растет качество этих продуктов. В профессиональном сознании постепенно происходит осмысление места и роли визуальной культуры как в деятельности библиотеки в целом, так и в рамках продвижения книги и чтения. Все чаще библиотеки представляют созданные продукты в Интернет, как на собственных веб-сайтах, так и на общедоступных видеопорталах.

Литература:

1. Заседание коллегии Министерства культуры Российской Федерации «О проблемах материально-технического оснащения библиотек и внедрения новейших информационных технологий» [выступление Т. Л. Маниловой] // Библиотекосведение. – 2010. – № 4. – С. 15–19.
2. Дейнеко И. В. Презентация работы библиотеки: методика разработки и создания библиотечной компьютерной презентации или стендового доклада / И. В. Дейнеко. – М.: Чистые пруды, 2005. – 32 с. – (Библиотечка «Первого сентября», серия «Библиотека в школе», вып. 4).

