**«Как с помощью интернет-пространства организовать увлекательную читательскую деятельность: из опыта работы библиотеки»**

Падение престижа чтения сегодня — общемировая тенденция и

факторов, её обуславливающих, множество. Один из них — вытеснение

чтения как источника информации новыми аудиовизуальными и электронными средствами массовой информации, социальными сетями, виртуальными развлечениями.

Поднять престиж чтения, показать, какнеобходимо оно для развития интеллекта, сформировать общественноепозитивное мнение о чтении — это задачи сегодняшнего дня.Именно поэтому организация увлекательной читательской деятельности – одно из главных направлений в работемодельной библиотеки микрорайона Любятово «БиблиоЛюб».

Всю информацию человеку с самого рождения привычнее воспринимать через органы зрения и слуха:

зрение - 90 % информации;

слух – 9 % информации;

остальные органы чувств – 1 %.

Однако, если обратиться к теории поколений, разработаннойсоциологамиУилльямом Штраусом и НиломХоувом,различные поколения воспринимают информацию по-разному.

**Поколение Х –** люди, рожденные в период **с 1963 по 1981 годы.** Те, кто последними получили детство «без забот». «Иксы» родились до появления Интернета, до бурного развития технологий, к которым сейчас привык каждый. Это последнее поколение, которое книги и газетная верстка приучили к большим текстам без картинок и иллюстраций, и **которое может длительное время удерживать свое внимание на получаемой информации.**

**Поколение Y —** люди, рожденные после 1981 года. Совершеннолетие они встретили уже в новом тысячелетии, поэтому часто их называют миллениалами. Это **первое поколение, глубоко вовлеченное в цифровые технологии**. Но и эпоху до распространения интернета они застали: **их детство прошло в основном без смартфонов и соцсетей.**

**Представителей поколения Z** от миллениалов отделяет то, что они **«родились со смартфоном в руках»**. В отличие от поколения Y, цифровые технологии окружают их с самого детства, **а интернет — неотъемлемая часть жизни их родителей.**

Существует миф, что после поколения Х, люди перестали читать. Это не так, поколения Y и Z читают тексты и считают их приоритетным способом представления информации (59% и 51% соответственно). Но, стоит отметить, оба поколения склонны читать «по диагонали». Видя перед собой «простыню» текста, молодой человек воспринимает ее как тяжелую работу. Это вызывает скуку и рефлекторное желание сбежать.

У поколения Z концентрация внимания на 25% ниже, чем у их предшественников. Миллениалы способны удерживать внимание 12 секунд, а центениалы (поколение z)— всего 8.

Соответственно, для того, чтобы поддерживать внимание молодых людей **текстовый контент должен быть визуально легким**, **разделенным на небольшие абзацы, разбавленным изображениями и инфографикой.**

На самом деле, все эти правила работают для любой аудитории, но для миллениалов и поколения Z они критичны. Старшие поколения с детства иначе воспринимали информацию – их не пугают долгие лекции и толстые книги**. Более молодые же с детства привыкли к коротким форматам и видео.**

Сегодня новое поколение и новые технологии формируют новое информационное пространство, которое, несомненно, влияет на все сферы жизни человека. В том числе на формы общения библиотеки и читателя, книги и читателя.

В настоящее время происходит интенсивный процесс изменения традиционного образа библиотек, их модернизация, в ходе которой изменяются направления, методы работы с читателями. Особенно это заметно в сфере освоения и разработки библиотекарями новейших информационных и коммуникационных технологий.

Современные библиотеки рассматриваются как коммуникативные

центры, предоставляющие доступ к печатным и электронным изданиям, атакже предоставляющие условия для образования и самореализации личности. Инновационнаядеятельность библиотек направлена на предоставление информационногопродукта и внедрение новых технологий. Такая деятельность предполагает совокупностьметодов и форм организации обслуживания читательской аудитории, в томчисле расширение ассортимента информационных ресурсов, повышениекачества дистанционных сервисов и форм обслуживания, разработкудополнительных профессиональных программ.

В то же время современная библиотека предоставляет информацию,выходящую за рамки актуальных потребностей пользователей. Ворганизованное ею пространство встраиваются новые знания и впечатления,создается зона для развития интересов. Библиотека становится одновременноинформационным центром и местом выражения самостоятельности индивида, вкотором он реализует познавательный и творческий потенциал.

Современные информационные технологии позволяют расширить деятельность библиотеки и вывести их работу на качественно новый уровень. Таким новым уровнем стал Интернет.

**В современных условиях Интернет — это источник информации и место для общения, особенно молодёжной аудитории, которое активно используется в пропаганде книги и чтения.**

Как помочь читателю, особенно читателю - подростку найти ответ на возникший у него вопрос, опираясь на книгу? От библиотекаря требуется умение, используя разнообразные формы и методы общения с читателями, руководить процессом чтения, стремясь вызвать интерес у современного читателя к чтению классических художественных произведений и поиску достоверной информации в печатных и электронных изданиях. Для решения этих задач библиотечные специалисты уделяют особое внимание изучению потребностей читателей, а также разрабатывают различные проекты и программы по продвижению книги и чтения. Но не меньший интерес представляет взгляд на изучениеинформационных потребностей современного человека с другого ракурса.

Обратимся к опыту крупнейшей вещательной компания BBC, которая постоянно изучаетпотребности своих пользователей. Компания потратила более двух лет насоздание более совершенной редакционной стратегии для удовлетворенияпотребностей своей глобальной аудитории, отвечая на шесть потребностейпользователей.

Какие это потребности?

1. Updateme (обновите меня)

2. Give me perspective (дайтемнеперспективу)

3. Educate me (обучитеменя)

4. Keepmeontrend (держите меня в тренде)

5. Amuseme (развлекайте меня)

6. Inspireme (вдохновляйте).

«Большинство редакций по-прежнему считают, что «сообщить мне» – этосамая важная потребность, но, судя по полученным нами данным, если выначнете регулярно удовлетворять другие потребности, вы будете расти», – говорит редактор по цифровой разработке BBC Дмитрий Шишкин на форумеGNI InnovationForum.

Если спроецировать эти потребности на деятельность современной библиотеки,то можно понять, что преобладающими потребностями читателей в библиотекеявляются: обучение, развлечение, вдохновение и перспектива, реализация.

Библиотеки ориентированы на создание условий дляинтеллектуального развития каждого человека на основе формированияединого информационного (цифрового) и культурного пространства.

Практически это выражается в том, как библиотеки помогают читателямреализовать их потребности.

В ходе проведения анализа деятельности библиотеки «БиблиоЛюб» выявились наиболее приоритетные потребности читателей микрорайона.

В первую очередь, читатели приходят в библиотеку за книгами (преобладает, художественная литература). На втором месте – посещение просветительских и культурных мероприятий, а также развитие своего творческого потенциала (занятие в группе «ТворчестВО!», посещение детской лингвистической студии «Smart» и студии библиоблогеров «Мудрая сова»). На третьем месте - получение доступа к электронным библиотекам, к удаленным информационным ресурсам и другим услугам библиотеки.

Учитывая все вышесказанное, сотрудниками библиотеки «БиблиоЛюб» были разработаны проекты по организации увлекательной читательской деятельности в интернет-пространстве.

Остановлюсь подробнее на некоторых новых проектах.

Страница в социальной сети библиотеки, также, как и сайт — это её представительства в сети «Интернет», их главная задача — предоставлять информацию удалённому пользователю, который, может быть, и никогда не придёт в библиотеку по причине отдалённости, но, он будет пользователем: собеседником, соавтором, читателем.

Поэтому отдельное внимание в нашей библиотеке уделяется **формированию контента для пользователей по продвижения книги и чтения**, который:

 рассчитан на широкую аудитория (включая представителей различных поколений);

 информативен;

привлекает внимание;

направлен на формирование потребности обратиться к книге или прийти в библиотеку.

К такому контенту относятся:

•книжные обзоры (кратко представляют литературу по теме или книжные новинки) и посты по продвижению чтения;

•виртуальные выставки — выполняют роли навигаторов по книгам определенной тематики, или информируют о популярных и новых книгах по отраслям знаний;

•интернет акции и флэш-мобы;

•книжные блоги и др.

 На книжных блогах остановлюсь подробнее.

В нашей библиотеке работает **студия библиоблогеров «Мудрая сова»**. Работа студии направлена не только на продвижение книги, чтения и ресурсов самой библиотеки, а также на реализацию творческих инициатив читателей и пользователей библиотеки. В своих выпусках дети (подростки 12 лет) рассказывают о жизни библиотеки, предстоящих и проведённых мероприятиях, конкурсах, делают обзоры на книги, знакомят с техникой и услугами библиотеки. Данный формат видеоконтента полностью отвечает потребностям читателей в обучении, развлечении, вдохновении, перспективе и реализация.

Отличительная особенность работы студии в том, что дети сами продумывают сюжеты и пишут сценарии для своих выпусков. Методическое сопровождение творчеству детей оказывают сотрудники библиотеки, которые помогают в подборе информации для выпусков, учат работать с информацией, разбирают вместе с детьми ошибки и недочеты.

**Проект «Виртуальный помощник библиотекаря»**- это короткие мультипликационные видеоролики, в которых виртуальный помощник библиотекаря Марфа Васильевна Библиолюбова знакомит читателей с книжными новинками и рекомендациями к прочтению, рассказывает о мероприятиях и конкурсах, проводимых в библиотеке.

С 2021 года, который назван в России Годом науки и технологий, Марфа Васильевна Библиолюбова ведет рубрику с познавательной информацией для детей «Научные сказки».

Необычный формат подачи информации привлекает внимание не только детей, но и взрослых, а также соответствует преобладающим потребностям читателей: **обучение (передача информации), развлечение и вдохновение (на чтение той или иной книги или участие в том или ином мероприятии библиотеки).**

**Рубрика «Книжная среда»** - информирование о книгах. Его цель — регулярное оповещение овыходе новых изданий, о полученных библиотекой новинках, а также обимеющейся в библиотеке литературе по тем темам и проблемам,которые интересуют читателей. Название «Книжная среда» - это не только день недели, в который выходит рубрика, а также «среда», в понимании пространства.

Информация о книгах в указанной рубрике представлена в виде буктрейлеров, оказывающих помощьчитателю в выборе книг новых авторов или классики.

В основном,**видеоконтент библиотеки** состоит из буктрейлеров, рекламных и мультипликационных роликов,записей мероприятий, пропагандирующих культурные ценности и чтение, а также из онлайн – мероприятий:

«Книжная среда»

 «Онлайн чтения»;

 «Литературное кафе»;

 «Книжные редкости»;

 «онлайн мастер-классы» и др.

 Для размещения видео контента в нашей библиотеке активно используется социальная сеть «Вконтакте», а также видеохостингYoutube.

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:**

1. Статья «Видео-ресурсы собственной генерации как объект библиотечного фонда», Соколова Юлия Владимировна,заместитель генерального директора ГПНТБ России по научной и образовательной деятельности,кандидат педагогических наук (материалы X Всероссийской научно-практическая конференцияи «Фонды библиотек в цифровую эпоху: традиционные и электронные ресурсы, комплектование, использование», 2020 г.);
2. Стендовый доклад «Тенденции развития читательских интересов молодежи: по результатам исследований», Игишева Юлия Александровна, Государственная научная библиотека Кузбасса имени В. Д. Федорова,главный библиотекарь(материалы Всероссийской научно-практическая конференция «Читатель, пользователь, клиент: новые модели библиотечного обслуживания», 2020 г.).
3. Стендовый доклад «От книги к цифре: эволюция форм работы с читателями», Маркова Татьяна Борисовна, заведующая секторомБиблиотеки Российской Академии наук (материалы Всероссийской научно-практическая конференция «Читатель, пользователь, клиент: новые модели библиотечного обслуживания»).
4. Методические рекомендации «Продвижение чтения в социальных медиа», Краевое государственное бюджетное научное учреждение культуры «Дальневосточная государственная научная библиотека»,

отдел научно-исследовательской и научно-методической работы, Составитель Елена Николаевна Бойнякшина.

1. Статья «Восприятие информации разными поколениями XYZ», https://hubspeakers.ru/magazine/vospriyatiye-informatsii-raznymi-pokoleniyami-xyz.