

*О.А. Володкина*

(Тюмень)

## **Маркетинговые решения по продвижению книги и чтения в вузовской библиотеке**

«Книга дает человеку возможность под-  
няться над самим собой»

(*Андре Моруа*)

В век всевозможных компьютерных технологий и всепоглощающего Интернета, достаточно четко прослеживается тенденция ослабления интереса к чтению на мировом уровне. В России данная проблема носит еще более острый характер.

Снижение уровня читательской активности, рост числа «людей нечитающих», апатия к книге представителей различных возрастных и социальных категорий приводят, в конечном счете, к всеобщему падению книжной культуры.

Будучи представителем библиотечной профессии, обращаю внимание на то, что на особом счету категория читателей — студенты, поскольку именно «грамотная», «читающая» молодежь является лицом вуза. И, конечно же, во все времена, студенчество являлось показателем культурной развитости любой страны.

Проблема чтения среди молодежи очень серьезна. Невостребованные книги на стеллажах, полупустые, а подчас практически пустые читальные залы вузовских библиотек, давно стали «больным вопросом» среди служителей «храма культуры». Что требуется сделать, чтобы увидеть читающую молодежь? Вопрос достаточно щепетильный. Ведь связь библиотекарь — читатель — книга — библиотека, уже на первом своем звене разомкнута. И для того, чтобы переломить назревающий кризис, необходимо коренным образом переосмысливать и менять организацию библиотечного дела.

Суть работы вузовской библиотеки — это не только хранение фонда, не только ведение электронных каталогов и баз данных, не только обеспечение читателя информацией, это, в первую очередь, непрерывная работа с читателем и продвижение книги и чтения с помощью новых форм предоставления информации.

Инновации внедрились практически во все сферы деятельности достаточно давно, и что особенно радует, библиотечное дело не стало исключением.

То, как библиотека должна продвигать книгу, задача первостепенной важности. Самое главное условие успешного позиционирования книги — создать среди молодежи убедительное и позитивное мнение о чтении.

Необходимая составляющая современной просветительской деятельности библиотеки вуза — мотивация студентов к чтению полезной, «грамотной» и «правильной» литературы, а также подведение к плотному сотрудничеству молодежи с библиотекой, участие в различных мероприятиях, проектах и конкурсах. Все предложенные варианты укоренения интереса к чтению являются обыденными для юношеской или детской библиотеки, а также для массовой. Вузовская библиотека, являясь в своем роде узкопрофильной (специфической) библиотекой, должна пересмотреть некоторые положения своей деятельности.

Несомненно, что любовь к чтению, потребность в чтении и привычку посещать библиотеку надо воспитывать в детях с самого раннего возраста, но мы говорим о другом... О том, что необходимо предпринимать библиотекарям сегодня, чтобы студенту хотелось приходить в библиотеку, брать книгу и читать ее.

Прежде, чем приступить к программе по популяризации книги и чтения, необходимо помнить о том, что сегодняшний студент — активный пользователь продуктов, созданных при помощи компьютерных технологий. Он — потребитель виртуальной информации, которая всегда представлена ярко и красочно. Получаемая информация быстро или моментально доступна, а форма ее представления должна быть краткой и четкой.

Конечно, практически в любой вузовской библиотеке необходима серьезная работа, направленная на создания комфортной среды для виртуального и вербального общения. Требуется преодолеть стереотипы традиционного предоставления информации, ее пода-

чи, организации пространства библиотеки и размещения фонда. Библиотека должна стать разноплановой, иметь комфортное библиотечное пространство: расстановка стеллажей с книгами, мебели, организация «тихих» зон для работы и зон для общения.

Но даже современный дизайн не поможет привлечь пользователя в библиотеку, если не будет самого главного, «сближения читателя с библиотекарем», а «книги — с читателем».

Сегодня, когда инновации введены в работу библиотек, необходимо налаживать коммуникацию студента с библиотекой. Нет сомнений в том, что развитие компьютерных технологий раскрыло перед библиотекой новые горизонты, позволило ей быть конкурентоспособной на рынке продвижения информационных продуктов и услуг и использовать новые формы работы с читателями. Но, чтобы все эти формы деятельности приносили свои плоды, надо активно сотрудничать с преподавателями кафедр, кураторами курсов и самими студентами.

В массовых библиотеках, наряду с традиционными, применяют нестандартные формы работы с читателями: фестивали, акции, дни открытых дверей, литературные брейн-ринги, конкурсы, круглые столы, вебинары, создание аккаунтов в социальных сетях, создание собственных веб-сайтов и проч.

Почему бы библиотеке вуза не перенять вышеупомянутые формы популяризации чтения и не использовать в своей деятельности, например, молодежные флешмобы, заранее спланированные массовые акции, в которых большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия (сценарий) и затем расходится. Еще одна из форм пропаганды чтения, уместная для библиотеки — буккроссинг («книговорот»). Это — процесс освобождения книг. Проследить за «путешествием» книги можно через специальные сайты, а зарегистрировать и «выпустить» книгу в мир возможно совместно с библиотекой. Привлечь внимание к чтению книг можно с помощью буктрейлеров (небольшой видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-то интересной книге). Культурно-досуговые программы, такие как «Библионочь» или «Воскресная библиотека», бенефис читателя, литературные кафе (например, «Читай книгу») — все это кропотливая, но, несомненно, важная работа библиотекарей по привлечению молодежи.

Активное сотрудничество библиотек с издательствами и издательскими комплексами, участие в акциях, проводимых книгоиздателями и книготорговыми организациями. Повышение уровня информационной культуры путем создания всевозможных «служб информации», повышение уровня библиотечной грамотности студентов и преподавателей...

Все выше перечисленные мероприятия, в том или ином виде, должны активно применяться в деятельности вузовской библиотеки. Следует изменить форму работы по пропаганде книги и чтения и, таким образом, сблизиться библиотекаря и читателю. Современный читатель (в нашем случае, студент) должен быть вовлеченным в процесс работы с книгой, а так же должен чувствовать себя нужным и важным для библиотеки. Живое общение — вот движущая сила, которая позволит вернуть читателя в библиотеку и восстановить важные звенья цепи «Библиотекарь — читатель — книга».

### **Литература**

- Белогорцева А. Г. Новации в деятельности библиотек по продвижению книги и чтения [Электронный ресурс]. URL: [http://www.chaltlib.ru/articles/Library/natsionalnaya\\_programma\\_podderzhki\\_i\\_gazvitiya\\_chteniya/novatsii\\_po\\_prodvizheniu\\_knigi\\_i\\_chteniya/](http://www.chaltlib.ru/articles/Library/natsionalnaya_programma_podderzhki_i_gazvitiya_chteniya/novatsii_po_prodvizheniu_knigi_i_chteniya/) (дата обращения: 20.06.2013).
- Библиогид [Электронный ресурс] : электронный журнал. URL: <http://demsvet.ru/aforizmyi> (дата обращения: 14.10.2013).
- Буккроссинг [Электронный ресурс]: материал из Википедии — свободной энциклопедии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D4%EB%E5%E8%ED%E3> (дата обращения: 10. 10.2013).
- Флешмоб [Электронный ресурс]: материал из Википедии — свободной энциклопедии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D4%EB%E5%E8%EC%E1> (дата обращения: 10. 09.2013).