

# МОЛОДЕЖЬ ЧИТАЮЩАЯ

методические рекомендации  
по привлечению  
молодежи к чтению



Главной задачей нашего государства выдвинуты пять важных инициатив по организации социальной, духовно-просветительской работы по новой системе.

Первая инициатива – повышение интереса молодежи к музыке, рисованию, театру и другим видам искусства, содействие реализации её таланта.

Вторая инициатива – физическая закалка молодежи, создание необходимых условий для занятия спортом.

Третья инициатива – повышение навыков населения и молодежи по использованию компьютерных технологий и интернета.

Четвертая инициатива – повышение духовности молодежи, широкая пропаганда культуры чтения.

Пятая инициатива – создание дополнительных возможностей для обеспечения занятости женщин.

На реализацию целей четвертой инициативы, которая напрямую касается информационно-библиотечных учреждений, направлен проект программы мер по повышению духовности молодежи, широкой пропаганде среди неё читательской культуры. Особое внимание должно быть уделено созданию условий для привлечения молодёжи к чтению, а для этого фонды библиотек должны постоянно пополняться качественной литературой. Нужны новые, популярные, и просто хорошие книги, которые могут привлечь молодых читателей.

Молодежь – это люди в возрасте от 14 до 25 лет. Именно 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 и ограниченной. Молодость – это время формирования личности, поиска своего «Я».

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

Часто сотрудники библиотек встают в тупик: ну, что ещё можно придумать такого, чтобы молодые люди стремились в библиотеку. Это действительно трудно, потому что у взрослых и молодых разные социальные ориентиры, культурные предпочтения, потребности и мотивы посещения тех или иных мест и прочее.

Ответ напрашивается сам собой. Нужно просто спросить об этом саму молодёжь. Но не с помощью опросов – это формально и нерезультативно. Попробуйте предложить молодым людям самим придумать проект и реализовать его в библиотеке. Можно провести среди пользователей конкурс библиотечных молодежных проектов «Фабрика идей», проработать проекты и наиболее значимые отобрать для практической реализации.

Молодёжь требует к себе особого внимания, и именно библиотеки являются «социальными лифтами», дающими и знания, и широту кругозора, и психологическую подготовку к взрослой жизни. Во многих странах мира идет процесс создания отдельных юношеских, молодежных библиотек. Молодежная библиотека предполагает обновленный книжный фонд; наличие компьютерной техники, популярной у молодежи; новый моло-



**Лариса Егай,**  
заведующая научно-методическим отделом Информационно-библиотечного центра Сырдарьинской области

Молодежь – это люди в возрасте от 14 до 25 лет. Именно 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

Вопрос «Как привлечь читателя в библиотеку?» всегда остро стоял перед библиотечным сообществом. Актуален он и сейчас. Причина такой его «живучести» во многом зависит от выбора потенциальным читателем способа получения информации

Чередование различных форм внутри одного мероприятия исключает его монотонность. Мероприятия должны быть информационно насыщенными, яркими, интересными, запоминающимися

дежный дизайн; зоны для занятий, зоны для досуговой деятельности, вплоть до спортивного зала.

Вопрос «Как привлечь читателя в библиотеку?» всегда остро стоял перед библиотечным сообществом. Актуален он и сейчас. Причина такой его «живучести» во многом зависит от выбора потенциальным читателем способа получения информации. Сейчас, в век информационных технологий, здесь действует критерий: быстро, удобно и наименее трудозатратно. А где сейчас, согласно данному критерию, проще всего получить информацию? Конечно, в Интернете. Зачем идти в библиотеку, тратить время, выискивать нужный материал, выписывать, если всю необходимую информацию можно быстро «скачать». Компьютеры, ноутбуки, сотовые телефоны с выходом в Интернет – и мы имеем опустевшие читальные залы.

Во все времена массовые мероприятия служили своего рода заслоном оттоку читателей, являясь действенной и эффективной формой привлечения читателей в библиотеку. Во-первых, помимо информирования (устного, наглядного, печатного, аудиовизуального), массовая работа включает в себя и рекомендации книг читателям. Чередование различных форм внутри одного мероприятия исключает его монотонность. Мероприятия должны быть информационно насыщенными, яркими, интересными, запоминающимися. По крайней мере, библиотекари должны постараться сделать их такими, чтобы человек, впервые пришедший в библиотеку, захотел прийти еще раз, стал ее читателем. (Экскурсии по библиотеке; рекламно-информационные акции «Как пройти в библиотеку?», «Приведи друга в библиотеку»; рекламные кампании; клубы по интересам; творческие конкурсы).

Для создания привлекательного образа библиотеки можно попробовать реализовать проект «Распахнутые окна». Проект предполагает двухстороннее оформление витринных окон на первом этаже библиотеки. Окна можно использовать для организации экспозиций различного содержания; для размещения информации о библиотеке, о мероприятиях библиотеки, о читателях; о значимых событиях из жизни местного сообщества; фото-выставок, посвященных партнерским организациям. В окне можно выставить одну или несколько книг с краткими интригующими аннотациями, иллюстрации к книге и приглашение зайти в библиотеку. Тем самым библиотека расширяет свое информационное пространство, делает «шаг на улицу», навстречу своим читателям. При периодической смене экспозиции, проект можно использовать в течение длительного времени.

Библиотекаря нужно ясно понимать, что круг интересов и выбор современной молодежи в сфере библиотечного обслуживания формируют реалии сегодняшней жизни. Мы, библиотекари, можем предложить свои услуги, сделав их как можно более привлекательными, то есть создать условия для приобщения к чтению.

Одно из таких условий – использование сети Интернет в работе библиотеки с молодежью. Несколько примеров возможного использования сети Интернет для продвижения чтения в молодежной среде:

- рассылка отрывков из наиболее популярных книг по электронной почте;
- организация на сайтах библиотек рубрики «обсудим книгу», рубрик-рекомендаций;
- рубрика «литература без обложки» – набор цитат из книг, которые можно взять в библиотеке; автор и название книги не указываются – только яркий отрывок из произведения и кнопка «Узнать книгу», нажав на которую можно узнать, в каком отделе библиотеки можно взять книгу для чтения;
- участие в акциях, которые проводятся в социальных сетях;
- виртуальные выставки – одна из самых популярных форм работы с книгой в сети Интернет. Выставки новых поступлений, тематические выставки, выставки-презентации, выставки-иллюстрации, которые можно разместить на сайте библиотеки, а также в социальных сетях.

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



чтению. Хотя результаты анкетирования, проведенного среди населения Сырдарьинской области, показали, что почти 65 процентов опрошенных, среди которых более 50% составляет молодежь в возрасте от 17 до 25 лет, предпочитают все-таки держать книгу в руках. И задача издающих организаций сделать так, чтобы книгу захотелось взять в руки, и издавать те книги, которые пользуются спросом у молодежной аудитории.

Сегодня библиотечное обслуживание молодежи должно сочетать традиционные и инновационные формы и методы обслуживания. При организации массовой работы с молодежью важно обращать внимание на содержание и форму мероприятий. Практика работы с молодежной аудиторией показывает, что наиболее привлекательной для нее являются развлекательные формы работы. Можно порекомендовать следующие формы работы:

**Развлекательные:** музыкальные конкурсы, игровые программы, конкурсы творческих работ, молодежные акции, театрализованные вечера.

**Познавательные:** интеллектуальные марафоны, интеллектуальные игры, творческие часы, часы кулинарного мастерства, вечера откровений.

Для разговора с молодежью на серьезные темы можно использовать диалоговые формы: круглые столы, групповые дискуссии, деловые игры, вечера вопросов и ответов.

Важное место в работе библиотек по привлечению молодежи занимает выставочная деятельность. Тематика выставочной деятельности для молодежи разнообразна: «Любопытно, потому что это читают молодые», «Школа умной и полезной книги», «С книгой мир добрей и ярче», «Книги, ждущие, чтобы их прочитали», «Книга – это маленькая жизнь».

В фойе информационно-библиотечного центра Сырдарьинской области размещен

информационный стеллаж, который представляет собой изображение книг, на корешки которых нанесен QR-код, с помощью которого можно скачать книги на мобильное устройство. Представлено 120 экземпляров электронных книг популярных писателей.

Совсем недавно в центрах многих городов располагались круглые рекламные тумбы, на которых обычно были расклеены кино- и театральные афиши. Городские парки, площадки перед библиотеками, традиционные места отдыха могут стать прекрасным местом для размещения таких информационных стеллажей.

Еще одно возможное направление рекламной деятельности библиотек – размещение наружной рекламы на транспортных средствах. Можно размещать рекламу библиотек («Библиотека ждет вас!», «Для вас открыты наши двери и сердца!»), рекламу книг («А ты прочитал?», «Прочти, и станешь мудрее», «Книга – зеркало жизни»), рекламу авторов («Великий писатель», «Любимый поэт»).

Всё, о чем сказано выше – это PR-акции. Мы должны быть видимы, заметны и значимы в местном сообществе – и этому должны способствовать проекты, которые помогут реализовать творческий потенциал, внести оживление в деятельность библиотеки, показать, что она и сегодня востребована.

Главная задача библиотеки в работе с молодежью – посредством книги и чтения содействовать формированию гармонически развитой, образованной, социально-активной личности, свободно ориентирующейся в информационном пространстве. Это сложный и долговременный процесс, требующий целенаправленной работы.

*Использованные ресурсы:*

<https://studfiles.net>  
<http://www.vmo.rgub.ru>  
<http://mag-union.ru>  
<http://izhmmc.ru>

Сегодня библиотечное обслуживание молодежи должно сочетать традиционные и инновационные формы и методы обслуживания

Практика работы с молодежной аудиторией показывает, что наиболее привлекательной для нее являются развлекательные формы работы

Для разговора с молодежью на серьезные темы можно использовать диалоговые формы: круглые столы, групповые дискуссии, деловые игры, вечера вопросов и ответов

**Лариса Егай, Сырдарё вилояти Ахборот-кутубхона маркази Илмий-услуги бўлим раҳбари.**

*Муаллиф мақолада давлатимиз раҳбари томонидан илгари сурилган 5 та муҳим ташаббус асосида қилиниши лозим бўлган вазифалар ҳақида сўз юритади. Бунинг учун, энг аввало, ташаббуснинг ахборот-кутубхона муассасалари билан бевосита боғлиқ бўлган мақсадларини амалга ошириш учун ёшлар маънавиятини юксалтириш, улар орасида китобхонлик маданиятини кенг тарғиб қилиш бўйича чора-тадбирлар дастури ишлаб чиқилган. Ёшларни китобхонликка жалб қилиш учун шароит яратишга алоҳида эътибор қаратиш лозимлиги ва бунинг учун кутубхона фондларини доимий равишда юқори сифатли адабиётлар билан тўлдириб борилишига эришиш лозимлигига урғу беради.*