

О ПРОДВИЖЕНИИ ДЕТСКОГО ЧТЕНИЯ: СОЗДАНИЕ ПРЕСС-ЦЕНТРА В БИБЛИОТЕКЕ

Л. И. Васильева

Чтение в современной культуре выступает как традиционная ценность, но в контексте происходящих в современном обществе социокультурных изменений трансформируются его характер, содержание и функции. Понятие «социальная ценность» характеризует социально-исторический смысл для общества и личностный смысл для индивида определенных процессов или явлений действительности. Ценности формируются в результате осознания социальным субъектом своих потребностей в соотношении их с предметами окружающего мира.

Несмотря на индивидуальный характер процесса чтения, общения с книгой, их социальная ценность определяется не только личными установками индивида, но и тесно коррелирует с системой ценностей данного общества и провозглашаемым в нем идеалом личности. В зависимости от декларируемого идеала ценность чтения и книги, связывается с теми или иными их социальными функциями. Так, декларируемый обществом идеал гармонично развитой личности приводил к утверждению ценности книги как средства духовного развития; успешной в социальном плане личности – как способа освоения успешных образцов поведения, практического опыта и т. д.

Формирование таких ценностей напрямую связано с получаемой детьми духовной пищей. Огромную роль в социализации личности играют средства массовой информации и книга. Вхождение ребенка в книжную вселенную происходит, в первую очередь, с помощью литературы, специально созданной для детей. Именно детская литература питает ум и воображение ребенка, открывая ему новые миры и модели поведения, являясь мощным средством духовного развития личности.

Воспитание идет дальше развития интеллекта, хотя и начинается с него. Взрослые должны помочь ребёнку преодолеть внутренне сопротивление в нравственном развитии. Нравственные ценности должны стать частью характера ребенка. Поэтому важно найти надлежащий путь к сердцу ребёнка, ведь ещё Сенека утверждал, что главное условие нравственности – желание стать нравственным.

Одним из мощных средств педагогического воздействия на ребёнка со стороны семьи и школы в процессе его воспитания выступает художественная литература.

Идеальным посредником между семьей и школой в плане педагогического воздействия книгой может, и должна, стать книга. Однако, чтение в настоящий момент нуждается не только в поддержке, но и в продвижении.

Опираясь на данные многочисленных социологических исследований, можно определить следующие тенденции, характерные для чтения современных детей и подростков:

- постепенное снижение к печатному слову, падение престижа чтения;
- сокращение доли чтения в структуре свободного времени детей и юношества;
- изменение характера чтения, которое становится более индивидуальным, прагматичным, информационным и поверхностным;
- преобладание «делового» чтения над «свободным» (как правило, начиная с подросткового возраста постепенно растет доля читающих литературу преимущественно по школьной программе);
- возрастание числа учащихся, ограничивающихся чтением книг только по школьной программе;
- увеличение различий в чтении мальчиков и девочек;
- изменение «свободного» (досугового) чтения у подростков в сторону предпочтения литературы развлекательного характера;

- усиление воздействия низшего слоя массовой культуры, особенно аудиовизуальной, на досуговое чтение;
- рост числа подростков, ограничивающихся только чтением периодики;
- уход из круга чтения повестей и романов «для души», произведений лучших отечественных и зарубежных авторов, ранее традиционно популярных у этой группы [4: 12–13].

Национальная программа поддержки и развития чтения акцентирует внимание на том, что «сегодня в переходном российском обществе главная задача заключается в том, чтобы вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению и вернуть в ранг активных читателей многочисленные группы сравнительно образованных работающих россиян, которые определяют настоящее России, закладывают основы ее будущего и которые по разным причинам почти перестали читать за последние 20 лет. Иными словами, необходимо создать в стране условия для массовой интенсификации процессов чтения, повышения качества и разнообразия прочитываемой литературы во всех областях знаний, обмена мнениями о прочитанном, для роста престижности чтения как культурной ценности» [3]. Немалая роль в этом процессе отводится библиотекам.

Основная цель поддержки чтения – создание распространённого среди общественности позитивного мнения о чтении. Именно поэтому создание пресс-центра в библиотеке поможет повернуть ребенка к книге и чтению. Сегодняшнему ребенку надо, чтобы информация подавалась ярко, динамично, и желательно коротко. Главное для библиотекаря – привлечь внимание, вызвать эмоциональную реакцию, желание взять книгу в руки.

Пресс-центр в библиотеке

Пресс-центр базируется на нескольких теориях медиа. Применимо к условиям детской библиотеки идеально функционирует «идеологическая» теория медиа, цель медиаструктуры в рамках которой – продвигать детское чтение [3].

При анализе произведений детской литературы следует опираться также на семиотическую теорию медиа. Цель медиаобразования в этом случае: помочь детям «правильно читать» медиатекст. Основное содержание: коды и «грамматика» медиатекста, то есть язык медиа. Педагогическая стратегия: обучение правилам декодирования медиатекста, описание его содержания, ассоциаций, особенностей языка и т. д.

Используя эстетическую теорию медиа, цель которой – помочь понять основные законы и язык художественного спектра медиаинформации, развить эстетическое (художественное) восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов, дети смогут изучать язык медиакультуры, авторский мир создателя художественного медиатекста, историю медиакультуры (история киноискусства, художественного телевидения и т. д.).

В библиотеке применима педагогическая модель, при этом журналистика, каналы коммуникации, аудитория в координатах педагогической модели существуют как предмет изучения или ученического опыта. Интеграция в базовое образование, уроки, курсы, образовательные программы с использованием медиатехники, кружки, медиаклубы, выпуск ученических газет, журналов, теле- и радиопрограмм. Основная стратегия: воздействие [3].

Вот почему весьма актуальными представляются следующие действия для улучшения процесса медийной социализации подрастающего поколения [4: 126]:

- активизация воспроизводства и производства отечественной экранной и печатной культуры, продукции мультимедиа, основанной на идеях мира и ненасилия, толерантности;
- усиление механизмов социального контроля над экранными средствами массовой коммуникации (ТВ, видео, кино, компьютерная продукция, Интернет);
- решение проблемы разработки критериев и механизмов проведения экспертизы продукции для детей (печатной, видеопродукции, а также теле- и компьютерных программ и др.).

Не прошли мимо внимания авторов книги и проблемы медиаграмотности, медиаобразования, информационной культуры детей и молодежи [4:127–165]. В частности, приводятся

результаты опроса экспертов в области медиаобразования из разных стран мира, выделивших приоритетность следующих целей медиаобразования:

- развивать способности к критическому мышлению/критической автономии личности;
- развивать способности к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов;
- готовить людей к жизни в демократическом обществе;
- развивать знания социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов;
- обучать декодированию медиатекстов/сообщений;
- развивать коммуникативные способности личности;
- развивать способности к эстетическому восприятию, оценке, пониманию медиатекстов, к оценке эстетических качеств медиатекстов;
- обучать человека самовыражаться с помощью медиа;
- обучать человека идентифицировать, интерпретировать медиатексты, экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать медиапродукты/тексты;
- давать знания по теории медиа и медиакультуры [включая такие ключевые понятия, как «агентство медиа» (agency), «категория медиа» (category), «язык медиа» (language), «технология медиа» (technology), «репрезентация медиа» (representation), «аудитория медиа» (audience) и т. д.].

Сторитейлинг

Согласно методике медиаобразования по рекомендациям А. В. Федорова [3], который предлагает использовать следующие виды творческих занятий: литературно-имитационные, театрализованно-ситуативные, изобразительно-имитационные, нам видится использование такой современной формы взаимодействия с читателями в сфере деятельности пресс-центра как сторитейлинг.

Сторитейлинг – это искусство увлекательного рассказа, подразумевающего живое общение, прямое взаимодействие между рассказчиком и слушателем. Сторитейлинг – это трансляция историй со «смыслом». История – любое связное повествование, которое является выражением какого-либо принципа или ценности, социальной группы, местного сообщества [1].

В настоящее время существует огромное множество книг, веб-сайтов, предназначенных специально для практики сторитайма. Самый известный веб-сайт «Early Literacy Storitimes @ youlibrary» («Ранняя грамотность через сторитайм в Вашей библиотеке»), авторы Сарра Надкарни Готинг и Памелла Мартин-Диаз.

В начале 1940-х библиотекари США начали задумываться об эффективном обучении чтению, а именно – как библиотека может способствовать развитию грамотности ребенка. Форма «storyhours» в дословном переводе «час историй» возникла как практическое приложение к теории «reading readiness» («готовность читать»). Согласно данной теории, ребенку необходимо ментально подготовиться к встрече с книгой, до того, как книга физически попадет к нему в руки.

Первоначальная цель «часа историй» – социализация ребенка, а также привитие любви к книге и, конечно, подготовка ребенка к школе. Но на самом деле в библиотеках США в начале 1950-х значение «часа историй» было по большей части культурно-досуговым, развлекательным, но не образовательным. В 1954 г. Неварк Паблик Лайбрари (Newark Public Library) представила список действий (практик), которые совершают дети в реализации часа историй:

- рассматривают иллюстрации в книге;
- прослушивают истории, прочитанные вслух;
- держат книгу в руках, осязают её;
- общаются в группе;
- следуют предложенным инструкциям;

- играют;
- выступают лидером в группе;
- выступают ведомым в группе;
- обдумывают и обговаривают проблемы;
- учатся считать;
- учатся различать цвета;
- запоминают названия животных;
- танцуют;
- поют, учат рифмовки.

Гораздо позже появились новые формы работы в практике сторитайма – такие, как рифмы, ритм, активная вовлеченность всех членов группы, репетиции, и, конечно же, отбор книг [3].

Сравнительно недавним стало включение в практику сторитайма диалогового чтения. Американцы подразумевают под этим практикой активного чтения, совместную работу группы из двух и более человек над текстом художественного произведения или познавательной литературы, в процессе которой собеседники расширяют и устанавливают взаимопонимание друг с другом.

Реальный же диалог читателя с другими пользователями библиотеки создает общую память для беседующих, а общая память со временем сформирует и элементы общей культуры.

Все вышеперечисленные формы работы, используемые в сторитайме американских библиотек, способствовало тому, что превалирующим стал образовательный характер такой деятельности библиотеки, а именно, как одна из форм обучения чтению ребёнка.

Велика и роль родителей в применении этой формы. Фактически, сложилось три способа взаимодействия родителей и их участия в сторитайме:

- провести час вместе с детьми и библиотекарями. Большинство библиотек проводят такую форму работы, как «Family Storytime», сторитайм для семьи;
- посвятить час самому себе, «take an hour for themselves»;
- привести детей на сторитайм в библиотеке, а самим оставаться в здании, «in the building while the children's programs are in progress» (побыть в читальном зале, пообщаться в библиотеке, или провести время за компьютером).

Библиотекари призывают родителей к тому, чтобы играть активную роль в чтении своих детей дома. Соответственно, практика сторитайма, которую они видят в библиотеке, способствует этому в полной мере. Родители, присутствуя непосредственно на уроке и участвуя в нем, воочию наблюдают модель читательского поведения, которую могут использовать в дальнейшем.

Каждая библиотека:

- создает коллекции для того, чтобы удовлетворить потребности местного сообщества;
- предоставляет материалы с различными точками зрения на спорные вопросы;
- стремится обеспечить широкий ассортимент материалов (печатные книги, журналы, музыкальные диски, фильмы, электронные книги);
- принимает материалы в виде пожертвования, но оставляет за собой право не добавлять их в коллекцию [1].

В последнее время в российском библиотечном сообществе намечается тенденция к все большему использованию практики сторитайм. Не так давно журнал «Современная библиотека» предложил конкурс на создание истории о своей библиотеке в форме сторитейлинга. Идёт речь о введении элементов сторитейлинга в профессиональные библиотечные коммуникации. Очевидно, это требует более детального изучения понятия, методики проведения, обоснования необходимости введения данной формы работы в специализированные библиотеки семейного чтения или детские библиотеки нашей страны.

Перспектива развития медиаструктуры

Продвижение библиотечных услуг к пользователю – это цельный, комплексный процесс, состоящий из четырех взаимосвязанных элементов (рекламы; паблик рилейшнз; методов стимулирования сбыта и индивидуальной работы).

Очевидно, что пресс-центр в детской библиотеке предполагает собой новые формы взаимодействия с читателями, такие как сторителлинг и другие.

Оптимизация системы связей с общественностью детской библиотеки может быть достигнута при соблюдении следующих условий:

- организация PR-деятельности с учетом специфики детской библиотеки и факторов социокультурной среды;
- внедрение модели позиционирования детских библиотек в системе связей с общественностью, основанной на специально разработанных принципах;
- повышение PR-компетентности библиотечных специалистов;
- смена модели медиаобразования с педагогической на интерактивную;
- создание клуба юного журналиста;
- привлечение родителей.

Продвижение детского чтения в настоящее время может осуществляться только совместными усилиями школы, семьи, общественности и библиотеки.

Литература

1. Азарова, Л. И. Семья в библиотеках США [Текст] / Л. И. Азарова // Молодые в библиотечном деле. – 2014. – № 1. – С. 9–14.
2. Национальная программа поддержки и развития чтения [Текст] // Библиотека. – 2007. – № 1. – С. 6-28.
3. Федоров, А. В. Медиаобразование: история, теория и методика [Текст] / А. В. Федоров. – Ростов н/Д. : Изд-во ЦВВР, 2001.
4. Чудинова, В. П. Дети и библиотеки в меняющемся мире [Текст] / В. П. Чудинова, Е. И. Голубева, А. И. Михайлова [и др.]. – М. : Школьная библиотека, 2004.