

вместе со всей страной, в единый день — 8 апреля, в назначенное время — 16:00. Принять в нём участие вызвались 33 жителя Ноглик, из которых половина — молодёжь. Эта акция заинтересовала общественность и получила положительные отклики от населения, и теперь мы можем приглашать своих пользователей на тотальную проверку грамотности.

И в заключение хочется напомнить, что молодое поколение должно видеть библиотеку в качестве своего друга, союзника, делового партнёра. Отношения необходимо выстраивать, основываясь на взаимопонимании и полной отдаче, только при таком подходе совместная работа будет приносить плоды и удовлетворять потребностям обеих сторон.

**Ю. С. Скачкова**

## **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОДДЕРЖКУ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЧТЕНИЯ**

Принято считать, что с развитием технологий и в связи с общедоступностью электронных устройств люди стали меньше читать традиционную книгу. Отчасти это утверждение верно. Сейчас книги достаточно доступны и перестали быть предметом престижа. Чтобы подобрать какую-либо информацию, человек, скорее всего, обратится к Интернету, так как это будет гораздо дешевле, нежели попытаться собрать у себя различные источники в печатном виде, и быстрее, чем заставить себя отправиться в библиотеку.

Для молодёжи чтение книг заменилось пребыванием в интернет-пространстве, где потребность в получении новой информации реализуется через общение, чтение статей и заметок и в большей степени через просмотр видеороликов. Популярны также и аудиокниги, позволяющие совмещать пассивное чтение (прослушивание) и какую-либо ещё деятельность, что обусловлено высоким темпом современной жизни и хронической нехваткой времени.

С расцветом информационно-коммуникационных технологий в обществе обозначился читательский кризис: всё больше людей предпочитает аудиовизуальные источники информации, и это относится не только к молодому поколению. Сегодня практически каждый человек, скорее, посмотрит фильм, чем прочтёт книгу, по которой этот фильм

был снят, — ему удобнее воспринимать готовые образы с экрана вместо того, чтобы создавать их самому. Примечательно, что экранизация книги всегда ведёт к всплеску интереса к ней. Однако даже заинтересовавшийся книгой потенциальный читатель, скорее, скачает её из Интернета, чем приобретёт бумажный экземпляр, и тем более посетит библиотеку. Литература утратила развлекательную функцию. Чтение книги, особенно объёмной, ещё со школы воспринимается многими людьми как нечто непосильное, долгое и скучное, что заставляют делать взрослые «из-под палки».

До появления печати визуальная коммуникация была одним из немногих источников знания о мире для большинства людей. С появлением печати в XV веке передача знаний в форме текста стала доступна более широкому слою населения. До того тексты были доступны лишь малочисленной элите, большинство же могло черпать знания из ограниченного числа визуализированных источников (например, в различных конфессиях передача сакральных знаний осуществлялась посредством фресок, мозаик и иконических изображений, по которым не знающий грамоты человек мог «считывать» священные тексты). И если такие источники предлагали статичные знания, то текст, содержащийся в книге, позволял рефлексировать и интерпретировать полученные знания.

В XX веке появляются телевидение и другие электронные средства. Телевидение в какой-то мере — это возвращение к визуально ориентированному восприятию информации. Знания даются в готовом виде, более того, воспринимаются как общее, а не частное, поэтому зачастую имеют более сильное воздействие.

Роль визуальной коммуникации, как альтернативы буквенной, вновь возросла. Сейчас фильмы, аудиозаписи являются наглядным материалом, иллюстрирующим что-либо лучше, чем это могло бы быть достигнуто посредством буквенной коммуникации. Визуальные образы позволяют усвоить информацию тщательнее и в короткий срок, предоставляют готовые образы и суждение о мире [6].

Относительно молодёжи и её способа восприятия информации нередко можно услышать словосочетание «клиповое мышление». В большинстве случаев оно звучит с негативной коннотацией. Давайте же разберёмся, что это такое и так ли плох этот способ получения и усвоения информации.

Клип — это непродолжительный аудиовизуальный ролик, своего

рода коллаж, собранный из фрагментов определённым образом и с определённым замыслом. Это нечто цельное из, казалось бы, разрозненных частей. Части клипа скреплены между собой неким правилом монтажа. Согласно Андрею Тарковскому, монтаж — это идеальный вариант склейки планов. По меткому замечанию Вячеслава Иванова, «одна культурная эпоха отличается от другой степенью монтажности». Степень монтажности в нашу эпоху очень высока.

Появление клипового мышления в современной культуре обусловлено изменением темпа жизни, повышением количества информационного потока, доступностью информации. Это привело к изменению в подходе к средствам аудиовизуальной коммуникации в том числе. Клиповая культура — это «короткая реальность», где допустима слабая связанность отдельных эпизодов между собой и множественность постоянно сменяющих друг друга взглядов на один и тот же предмет. Короткий видеоролик, как продукт клипового мышления, образует реальность, основывающуюся на представлении фактов в максимально сжатом виде и скреплённую эмоциональной вовлечённостью зрителя. Эта реальность соотносится с первобытным мышлением, лишённым временных категорий. Французский антрополог Люсьен Леви-Брюль, исследуя феномен первобытного мышления, называл такое мышление пралогичным. Оно не выстраивает цепочки причинно-следственных связей и противостоит абстрактному мышлению, которое базируется на логике. Леви-Брюль подчёркивал, что пралогичное и логичное мышление не стоит оценивать в категориях «низкое — высокое». Речь просто идёт о двух разных мыслительных структурах, которые могут сосуществовать в одном и том же обществе, и даже в одном и том же индивидуальном сознании. То есть в некоторых условиях и человек современной европейской культуры может «переключиться» и начать мыслить пралогично [5].

Маршалл Маклюэн, канадский философ и исследователь воздействия электронных средств коммуникации на человека, а также предсказатель появления Интернета задолго до самого факта, считал, что «...общество, находясь на современном этапе развития, трансформируется в “электронное общество” и задаёт посредством электронных средств коммуникации многомерное восприятие мира», а также преобразуется в, как он это называл, «глобальную деревню», где нет ни центра, ни периферии. Этому непосредственно способствуют информационные

и прочие технологии, стремительно развивающиеся и охватывающие всё большие пространства.

Обмен информацией в современном мире характеризуется глобализацией: отсутствием территориальных границ, свободой выражения и т. п., а также интегрированием всех известных и доступных предшествующих форм коммуникации. Новые формы трансляции информации характеризуются интерактивностью, необратимо меняющей нашу культуру, формы общения и восприятия. Таким образом, сейчас наступило время цифровой «картины мира».

Чтобы удержаться на волне, современному человеку приходится учиться и приспосабливаться к новым способам восприятия информационных потоков, коих становится всё больше. Однако, как известно, всё новое — это хорошо забытое старое. Согласно теории Маклюэна, «...развитие электронных средств коммуникации возвращает человеческое мышление к дотекстовой эпохе, и линейная последовательность знаков перестаёт быть базой культуры» [1].

Что же это означает? Восприятие линейного, логически обоснованного потока информации становится недостаточным при возрастающем количестве её источников. Необходимо фильтровать обрушивающийся поток новых избыточных знаний, поступающих фрагментарно, из разных источников и порой одновременно.

Происходит подстраивание сознания к одновременному восприятию информации из разных источников разными органами чувств. Например, во время обычной рутинной поездки на общественном транспорте мы одновременно смотрим по сторонам или в окно, следим за дорогой, слушаем плеер, «зайцы» пытаются не попасться кондукторам, а особо любопытные посматривают в чужие телефоны / планшеты / книги, а также подслушивают чужие разговоры (часто непреднамеренно), а кто-то жуёт. Итого с полдюжины различных источников информации.

Согласно исследованиям психологов, наибольшее количество информации современный человек получает визуально, около 10% составляет аудиальная информация, на все же прочие способы приходится незначительный процентный остаток (см. график).

Основные виды информации по её форме представления, способам кодирования и хранения — это:

- графическая или изобразительная — первый вид, для которого был реализован способ хранения информации об окружающем мире в



виде наскальных рисунков, а позднее в виде картин, фотографий, схем, чертежей на бумаге, холсте, мраморе и других материалах, изображающих картины реального мира;

- звуковая (акустическая) — задача хранения и тиражирования звуков была решена с изобретением звукозаписывающих устройств в 1877 году. Её разновидностью является музыкальная информация — для этого вида был изобретён способ кодирования с использованием специальных символов, что делает возможным хранение её аналогично графической информации;

- текстовая — способ кодирования речи человека специальными символами — буквами, причём разные народы используют различные наборы букв для отображения речи; особенно большое значение этот способ приобрёл после изобретения бумаги и книгопечатания;

- числовая — количественная мера объектов и их свойств в окружающем мире; особенно большое значение она приобрела с развитием торговли, экономики и денежного обмена; аналогично текстовой информации для её отображения используется метод кодирования специальными символами — цифрами, причём системы кодирования (счисления) могут быть разными;

- видеоинформация — способ сохранения «живых» картин окружающего мира, появившийся с изобретением кино.

Существуют также виды информации, для которых до сих пор не

изобретены способы их кодирования и хранения. Это тактильная информация, передаваемая ощущениями, и органолептическая, передаваемая запахами и вкусами и др.

### Способы восприятия информации

Орган	Способ восприятия	Вид информации
Глаза	Зрительный (визуальный)	Изображение
Уши	Слуховой (аудиальный)	Звук
Кожа	Тактильный	Тактильные ощущения, температура
Язык	Вкусовой	Вкус
Нос	Обонятельный	Запах

По способу представления различают: текстовую, числовую, графическую, звуковую и мультимедийную информацию. При этом различными являются лишь способы представления, которые позволяют описывать объективную действительность необходимыми для той или иной ситуации средствами, а сама информация может оставаться неизменной.

Передача информации между двумя и более людьми, компьютерами или человеком и компьютером называется коммуникативной ситуацией.

#### Схема коммуникативной ситуации (упрощённо):

ОТПРАВИТЕЛЬ → ПЕРЕДАТЧИК → СООБЩЕНИЕ →  
ПРИЁМНИК → ПОЛУЧАТЕЛЬ

На любом этапе коммуникативной ситуации препятствовать передаче сообщения может информационный шум. Он представляет собой разного рода помехи как технического характера, так и естественного — дополнительные источники информации, поступающие из окружающего мира и воспринимаемые посредством различных органов чувств. Информационный шум является преградой на пути восприятия информации, так как он либо заглушает канал передачи (способ восприятия),

либо посягает на незанятый способ восприятия, что также рассеивает внимание и отвлекает от коммуникативной ситуации.

При помощи мультимедийной продукции можно обеспечить определённую степень защищённости от информационного шума, что позволит более точно и полно передать информационный посыл. Поскольку мультимедиа — это контент, или содержимое, в котором одновременно представлена информация в различных формах (звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд), восприятие такого рода сообщения затрагивает различные органы чувств. Если ещё сделать ставку на эмоциональный отклик, мультимедийная продукция, как способ передачи информации, становится оптимальным способом кратко, ёмко и с минимальными информационными помехами донести определённую информацию до адресата.

Для первичного восприятия информации человеку достаточно 20 секунд. Краткость и ёмкость изложения не означает ущербности, но отражает тенденцию времени. В современной культуре преобладают визуальные и аудиовизуальные формы, и люди отдают предпочтение именно им, как обладающим огромной силой непосредственного воздействия. Очевидно, что не следует пренебрегать этими каналами коммуникации для продвижения идей в профессиональной сфере, в том числе библиотечной деятельности.

Библиотеки находятся в постоянном поиске новых форм привлечения населения к книге и чтению. С развитием технологий миссия библиотек в актуализации чтения не меняется, но обретает новую форму и потенциал. Современные технологии можно и нужно сделать своими союзниками. При помощи информационно-коммуникационных технологий можно развивать доступ к чтению и мотивировать читателей на активное чтение бумажной книги, которая, как формат хранения информации, никогда не будет вытеснена новыми технологиями.

Одна из современных задач библиотек состоит в том, чтобы при помощи информационных технологий суметь организовать увлекательную читательскую деятельность, активно вторгаясь в интернет-пространство и помогая людям ориентироваться в литературном потоке, налаживая с ними взаимодействие, которое имело бы продолжение в реальном библиотечном пространстве.

Существует несколько форм интернет-представительства библиотек. В первую очередь это официальный сайт, где библиотеки размещают

свои электронные каталоги, виртуальную справочную службу, мультимедийную продукцию и электронные издания, созданные работниками библиотеки, проводят виртуальные тематические выставки, оповещают о мероприятиях. Также библиотеки могут быть представлены в различных социальных сетях, блогах и на каналах видеохостингов, что делает их ближе к потенциальному читателю. Здесь в более неформальной обстановке библиотека может в подходящей форме ознакомить читателей с книжными новинками, выставками, мероприятиями, а также общегосударственными культурными программами. Важна возможность читательского отклика в социальных сетях, активное участие в обсуждениях, заинтересованность в продвижении книг и библиотечных мероприятий.

2017 год объявлен в России Годом экологии и особо охраняемых природных территорий. В связи с этим делается особый акцент на осуществлении библиотеками эколого-просветительской деятельности, одном из актуальнейших и постоянно действующих направлений библиотечной деятельности. Перед библиотеками постоянно стоит задача обратить внимание читателей на проблемы взаимоотношения человека и природы, а также пробудить интерес к литературе экологической тематики. Для реализации этой задачи в библиотеках проводятся тематические мероприятия по экологическому просвещению населения, а также создаётся виртуальный мультимедийный контент.

Среди новых форм актуализации читательского интереса библиографами ДВГНБ создаётся литературно-художественный электронный ресурс о поэтах — юбилярах этого года, содержащий краткие биографические и библиографические сведения и подборку стихотворений о природе, дополненных репродукциями картин русских художников-пейзажистов. Данный проект представлен на официальном сайте библиотеки <https://www.fessl.ru/> в общедоступном формате \*pdf и снабжён гиперссылками для удобства навигации между разделами.

Также новым мультимедийным продуктом, созданным нашей библиотекой к Году экологии, является буктрейлер (book trailer) — современный перспективный мультимедийный продукт, призванный привлечь внимание к новой или незаслуженно забытой книге и порекомендовать её к прочтению. Являясь своего рода аннотацией, один короткий видеоролик выделяет произведение среди тысяч других. Качественные буктрейлеры способны всего за несколько минут познакомить зрителя с книгой и вызвать желание как можно скорее её открыть.

Буктрейлеры обитают в интернет-среде, располагаются на видеохостингах и распространяются через социальные сети и другие современные способы виртуальной коммуникации. Таким образом, они вписываются в современную коммуникационную парадигму и соответствуют духу времени, находят своего адресата.

Первые буктрейлеры представляли собой слайд-шоу из иллюстраций с подписями или закадровыми комментариями. В 2003 году на книжной ярмарке в Луизиане (США) был впервые продемонстрирован буктрейлер к книге Кристин Фихан «Тёмная симфония». Это событие дало начало популяризации буктрейлеров, которые до этого распространялись в основном только в Интернете.

В России жанр буктрейлера появился к 2010 году.

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры подразделяются на:

- игровые (мини-фильм по книге);
- неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, тематическими рисунками, фотографиями и т. п.);
- анимационные (мультфильм по книге).

По содержанию:

- повествовательные (презентуют основу сюжета произведения);
- атмосферные (передают основные настроения книги и ожидаемые читательские эмоции);
- концептуальные (транслируют ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

Выделяют несколько этапов в создании буктрейлера:

- 1) выбрать книгу;
- 2) посмотреть примеры буктрейлеров;
- 3) продумать идею своего буктрейлера;
- 4) написать сценарий к ролику;
- 5) подобрать иллюстрации, видеоматериал, аудиосопровождение (музыка, звуки, озвучивание текста) или снять видео самостоятельно;
- 6) обратить внимание на наличие лицензии;
- 7) объединить имеющиеся визуальные и аудиоматериалы в единый ролик, используя соответствующее ПО (от Windows Movie Maker для создания любительских роликов до Adobe Premiere для создания профессиональных трейлеров);

8) просмотреть получившийся буктрейлер, при необходимости переделать;

9) продемонстрировать буктрейлер небольшой группе людей, являющихся представителями целевой аудитории; проанализировать, правильно ли воспринимается идея ролика, какое воздействие он оказывает на зрителей; при необходимости переделать.

Для создания буктрейлера нами была выбрана книга О. Скалдиной «Самые красивые заповедники России» — красочно иллюстрированное издание, содержащее интересные факты о сорока заповедниках. Яркая энциклопедия, которая сама по себе является привлекательной для читателя, представленная в доступной для широкой аудитории форме видеоролика и размещённая в Интернете, по замыслу должна пробудить интерес к природе нашей страны, чтению книг.

После просмотра множества примеров готовых буктрейлеров было решено собрать видеоролик из фрагментов видеозаписей, преимущественно из жизни диких животных, поскольку такие видео в большей степени вызывают эмоциональный отклик и способны привлечь и удержать внимание зрителя. Кроме того, в них показаны красивые уголки природы России, что отражает содержание книги-первоисточника.

Далее наступил этап работы с информацией о книге, об упомянутых в ней локациях и обитающих там животных. Были собраны отзывы читателей, обозначены объекты, которые следовало обязательно упомянуть в видеоролике (заповедники нашего края) и сделаны первые наброски сценария.

При создании собственного мультимедийного продукта велика вероятность использования и переосмысления готовых материалов, поэтому необходимо обратить внимание на проблему авторского права.

Использование произведений и их частей почти всегда может осуществляться только на основании лицензионного соглашения с правообладателем, за исключением специально оговорённых случаев. При изучении выбранной для создания буктрейлера книги необходимо обратить внимание на наличие или отсутствие предупреждения на титульном листе о запрете копирования материалов. К примеру, энциклопедия О. Скалдиной «Самые красивые заповедники России», взятая объектом для создания буктрейлера, содержит предупреждение о полном запрете копирования какого бы то ни было фрагмента издания с любой целью без письменного разрешения правообладателя

(издательства). Поэтому нам пришлось обойтись без фотографий разворотов книги, хотя фото обложки, имеющееся в свободном доступе в Интернете, всё же прилагается.

Поскольку буктрейлер, как виртуальный мультимедийный объект, подразумевает широкое распространение в Интернете, важно соблюдение авторских прав. На помощь приходит Creative Commons — некоммерческая организация, которая создала бесплатные для использования типовые договоры — свободные и несвободные публичные лицензии, с помощью которых авторы и правообладатели могут выразить свою волю и распространять свои произведения более широко и свободно, а потребители контента легально и проще пользоваться этими произведениями.

Существует несколько типов лицензий плеяды Creative Commons. Каждый тип лицензий устанавливает свои границы в распространении и использовании авторского материала. Оптимальным же типом лицензии, на наш взгляд, является СС-ВУ. Литеры ВУ указывают, что при распространении и использовании авторского продукта под данной лицензией необходимо указание атрибуции (ссылки) на авторов работы. В остальном же данный материал разрешается копировать и даже видоизменять по своему усмотрению.

Благодаря тому, что на популярных видеохостингах есть фильтры поиска по лицензии (особенно структурированно на видеохостинге Vimeo), выбрать разрешённые для использования и видоизменения материалы становится в некоторой степени легче. Однако таких видеороликов катастрофически мало по сравнению с основной массой, но ещё меньше из них подходящих для реализации плана работы как в концептуальном, так и в техническом плане.

Кроме того, согласно статье 1274 Гражданского кодекса РФ, свободное использование произведения в информационных, научных, учебных или культурных целях допускается без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется. Отрывки из произведений могут использоваться в качестве иллюстраций в видеозаписях в объёме, оправданном поставленной целью.

Поиск материалов для буктрейлера — достаточно кропотливая процедура. Для облегчения задачи можно воспользоваться некоторыми хитростями (например, в буктрейлере о самых красивых заповедниках

России часть видеофрагментов показывает представителей флоры и фауны вовсе не России). Кроме того, можно прибегнуть к так называемым футажам — готовым небольшим тематическим роликам чаще всего с фоновыми, абстрактными зарисовками. Многие из футажей бесплатны и отличного качества.

Что касается музыкального сопровождения, на него также распространяются авторские права. Однако существуют специальные хостинги, где композиторы платно или бесплатно выкладывают свои готовые произведения именно для последующего их использования в разного рода мультимедийных продуктах — от видеороликов до видеоигр.

Можно обратиться к следующим хостингам бесплатных фотографий, футажей и аудиозаписей: <https://www.pexels.com/>; <https://pixabay.com/>; <http://freemusicarchive.org/>; <https://musopen.org/>; <http://www.photl.com/> и др.

Готовый буктрейлер по книге О. Скалдиной «Самые красивые заповедники России» был выложен на видеохостингах YouTube и Vimeo, где набрал в общей сумме более сотни просмотров за четыре месяца, что является средним результатом для библиотечного видеоролика. Ссылку на буктрейлер можно найти на официальном сайте ДВГНБ в разделе «2017. Год экологии в России». К сожалению, в неофициальных интернет-представительствах библиотеки в социальных сетях ролик не представлен, что, вероятно, является одной из причин относительно малого количества просмотров. Однако он демонстрировался на ряде мероприятий, проводимых ДВГНБ, в том числе на Библионочи-2017, прошедшей под эгидой Года экологии. Надо заметить, что буктрейлер мгновенно захватывает внимание зрителей и надёжно его удерживает, вызывает интерес и отклик.

Короткие научно-образовательные ролики, как формат популяризации знаний, очень быстро набирают популярность. На YouTube и других видеохостингах можно найти множество каналов, где максимально простым языком рассказывается о сложных вещах. Постоянное увеличение их зрительской аудитории объясняется соединением развлечения и пользы в таких видео. Рекомендуются для ознакомления ролики в переводе от сообщества Vert Dider (преимущественно от Wisecrack), где можно почерпнуть идеи для собственной видеопродукции.

Существуют полярные оценки подобного формата образовательного информирования. Согласно позитивной точке зрения, люди смотрят

ролики, чтобы, во-первых, получить общее представление о предмете, во-вторых, чтобы решить для себя, интересна и необходима ли эта информация, стоит ли углублять знания по данной теме. Противоположная точка зрения — просмотр познавательных роликов позволяет лишь потешить своё псевдоинтеллектуальное эго, казаться умным. Сторонники положительной оценки такого рода популяризаторских видео аргументируют, что, благодаря познавательным видеороликам, то самое «потребительское общество» постепенно начинает «раздуваться».

Образование и информирование необходимы человеку в течение всей жизни. На данный момент именно короткий видеоролик является оптимальным форматом для донесения краткого и ёмкого информационного посыла. И если он сумеет без потерь дойти до своего адресата, потенциальный читатель станет реальным.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. — Москва : Гиперборея ; Кучково Поле, 2007. — 464 с.
2. Национальная программа поддержки и развития чтения и методические рекомендации по ее реализации : сб. материалов / сост. Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова. — Москва : Межрегион. центр библиотеч. сотрудничества, 2009. — 480 с.
3. Продвижение книги и чтения в электронной среде [Электронный ресурс] / сост. О. Г. Колесникова // Национальная библиотека Удмуртской Республики : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://unatlib.ru/librarians/methodical-materials/informational-and-analytical-materials/briefs/2545-prodvizhenie-knigi-i-chteniya-v-elektronnoj-srede> (дата обращения 26.04.2017).
4. Семеновских, Т. В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде [Электронный ресурс] / Т. В. Семеновских // Наукovedenie. — 2014. — Вып. 5. — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения 26.04.2017).
5. Шеметова, Т. Н. Клиповое интернет-сознание как тип пралогического мышления / Т. Н. Шеметова // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. — 2013. — № 4. — С. 254–259.
6. Эко, У. От Интернета к Гутенбергу / У. Эко // Новое лит. обозрение. — 1988. — № 32. — С. 5–14.