

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 028



Актуальные вопросы продвижения библиотеки и чтения в подростковой среде

Татьяна Станиславовна МАЛАФЕЕВА, Татьяна Анатольевна НЕВЕРОВА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

Nev_tat@mail.ru

Аннотация. Проанализированы теоретические и практические аспекты применения мультимедийных технологий, направленных на привлечение подростковой аудитории к чтению. В ходе исследования выявлены эффективные формы продвижения библиотеки и чтения с использованием мультимедийных инструментов: буктрейлеров, подкастов, виртуальных выставок, онлайн-викторин и социальных сетей. Представлены результаты опроса подростков города Рязаньска Рязанской области. Установлено, что применение мультимедиа способствует повышению мотивации подростков к чтению, развитию медиаграмотности и формированию позитивного имиджа библиотеки в подростковой среде.

Ключевые слова: мультимедийные технологии, библиотека, подростковая аудитория, продвижение чтения, цифровизация, социальные медиа, буктрейлер, подкаст, виртуальная выставка, геймификация, медиапространство, информационные ресурсы, медиаграмотность

Для цитирования: Малафеева Т.С., Неверова Т.А. Актуальные вопросы продвижения библиотеки и чтения в подростковой среде // Державинский форум. 2025. Т. 9. № 4. С. 491-505.

ORIGINAL ARTICLE
UDC 028

Current issues of library and reading promotion among teenagers

Tatiana S. MALAFEEVA, Tatiana A. NEVEROVA

Derzhavin Tambov State University

33 Internatsionalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation

Nev_tat@mail.ru

Abstract. The theoretical and practical aspects of the use of multimedia technologies aimed at attracting a teenage audience to reading are analyzed. The study revealed effective forms of library and reading promotion using multimedia tools: booktrailers, podcasts, virtual exhibitions, online quizzes and social networks. The results of a survey of teenagers in the city of Ryazhsk, Ryazan region, are presented. It has been established that the use of multimedia contributes to increasing the motivation of adolescents to read, the development of media literacy and the formation of a positive image of the library among adolescents.

Keywords: multimedia technologies, library, teenage audience, reading promotion, digitalization, social media, booktrailer, podcast, virtual exhibition, gamification, media space, information resources, media literacy

For citation: Malafeeva, T.S., & Neverova, T.A. (2025). Current issues of library and reading promotion among teenagers. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 9, no. 4, pp. 491-505.

ВВЕДЕНИЕ

Современные подростки растут в высокотехнологичном мире цифровых устройств, мультимедийных платформ и высокоскоростного Интернета. Их интересы, формы общения и восприятия информации существенно отличаются от предыдущих поколений, что требует от библиотек поиска новых форм взаимодействия и вовлечения в чтение.

Согласно классификации Всемирной организации здравоохранения, подростковый возраст охватывает период от 10 до 19 лет, а по определению Организации Объединенных Наций – от 15 до 24 лет. Именно в этот жизненный этап формируются мировоззрение, ценностные ориентиры и устойчивые читательские предпочтения. От того, насколько успешно будет сформирована привычка к чтению в подростковом возрасте, во многом зависит дальнейшее отношение человека к книге и библиотеке [1].

Подростковая аудитория имеет ряд психологических и социальных особенностей, которые необходимо учитывать при организации библиотечных мероприятий и продвижении чтения. Для данного возраста характерны формирование собственной идентичности, стремление к самостоятельности, повышенный интерес к общению со сверстниками и ориентация на визуальные формы подачи информации. Именно в подростковом возрасте наиболее ярко проявляется так называемое «клиповое мышление», при котором внимание сосредоточено на кратких, ярких и динамичных сообщениях.

Традиционные формы работы с книгой постепенно теряют эффективность, а подростки нередко сталкиваются с проблемой снижения читательской мотивации. Конкуренцию чтению составляют видеоконтент, компьютерные игры и социальные сети.

Поэтому для продвижения чтения в подростковой среде необходим комплексный подход, который сочетает традиционные методы работы с книгой и новые мультимедийные технологии. Успех библиотек в этом направлении во многом зависит от того, насколько гибко они смогут адаптировать свои формы работы под потребности молодого поколения.

В настоящее время основные задачи библиотек по работе с подростковой аудиторией заключаются в следующем: воспитание интереса к чтению через привлекательные мультимедийные формы; развитие навыков критического мышления и умения анализировать информацию, что особенно важно в условиях цифрового потока данных; поддержка социальной активности подростков через участие в творческих проектах, флешмобах, конкурсах; формирование культуры ответственного использования информации; создание комфортной среды для общения, самореализации и творчества, в которой библиотека становится не только местом получения знаний, но и культурным пространством взаимодействия. Для реализации этих задач библиотеки используют разнообразные мультимедийные технологии, опыт применения которых представлен как в отечественной, так и в зарубежной практике.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Объект исследования – продвижение библиотеки и чтения в подростковой среде. Методы исследования: анализ, синтез, обобщение, опрос.

В рамках исследования проведен опрос подростков г. Ряжска Рязанской области. Опрос реализован с использованием сервиса Google Forms, что обеспечило удобство распространения и охват широкого круга респондентов. Задачи опроса включали: выявление уровня интереса подростков к мультимедийным форматам чтения и библиотечного взаимодействия; определение наиболее привлекательных видов мультимедийного контента; оценку влияния мультимедийных проектов на посещаемость библиотек и мотивацию к самостоятельному чтению; изучение каналов получения информации о библиотечных мероприятиях; анализ готовности подростков участвовать в создании цифрового контента совместно с библиотекой.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В современном мире одной из распространенных проблем среди подростков является значительное снижение интереса к чтению, поэтому сотрудникам библиотеки необходимо заинтересовать, и самое главное, удерживать внимание подростков. Иными словами, теперь необходимо доказывать нужность, состоятельность, полезность чтения книг и посещения библиотек. Популяризация книги и формирование культуры чтения – важные задачи современной библиотечно-информационной деятельности. Библиотекам необходимо стать полноценной частью виртуального и медийного пространства современных подростков.

В контексте библиотечной деятельности понятие «продвижение» рассматривается как совокупность организационных и коммуникационных мероприя-

тий, направленных на формирование устойчивого интереса аудитории к чтению, библиотеке и ее ресурсам.

Продвижение чтения можно определить, как системную деятельность библиотек, ориентированную на развитие читательской культуры и формирование устойчивой мотивации к чтению средствами традиционных и цифровых коммуникаций.

В условиях цифровой трансформации библиотеки используют мультимедийные технологии не только как инструмент визуализации информации, но и как средство построения диалога с подростковой аудиторией.

Мультимедийные технологии – это совокупность технических и программных средств, обеспечивающих одновременное использование различных форм представления информации – текста, графики, звука, видео и анимации – для создания интерактивной информационно-образовательной среды.

Согласно исследованиям Т. Никулиной и Г. Агеевой, мультимедийные технологии в библиотечной практике выполняют следующие функции: информационно-познавательную – способствуют более наглядному представлению информации; коммуникативную – обеспечивают обратную связь с пользователями; мотивационно-эмоциональную – повышают интерес к чтению через визуальные и интерактивные образы; просветительскую – формируют культуру восприятия цифрового контента [2].

Для наглядности структура процесса продвижения чтения с использованием мультимедийных технологий представлена в виде блок-схемы (рис. 1).

Такой подход наглядно демонстрирует, что библиотека является активным субъектом продвижения чтения, а мультимедийные технологии выступают медиатором между библиотекой и подростковой аудиторией, обеспечивая двустороннее

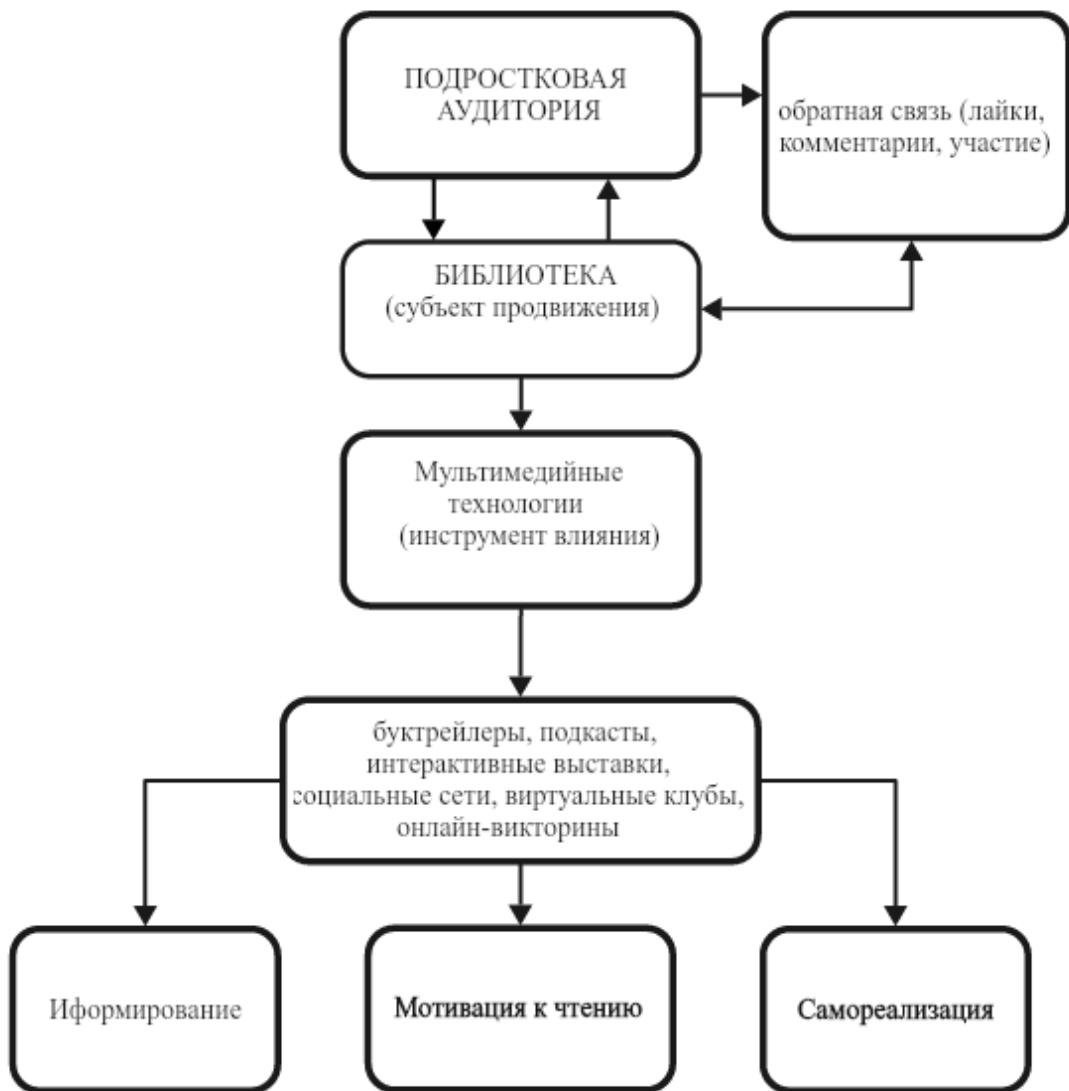


Рис. 1. Схема взаимодействия библиотеки и подростковой аудитории в процессе продвижения чтения с использованием мультимедиа

Fig 1. The scheme of interaction between the library and the teenage audience in the process of promoting reading using multimedia

взаимодействие. Через визуальные и интерактивные формы представления информации библиотека: информирует подростков о литературных новинках и событиях; мотивирует их к чтению, создавая эмоциональную вовлеченность; способствует самореализации и развитию творческих навыков через участие в конкурсах, онлайн-клубах и проектах.

Интеграция мультимедиа в библиотечную практику позволяет сочетать культурно-просветительскую, образовательную и коммуникативную функции продвижения чтения, обеспечивая устойчивую мотивацию подростков к регулярному чтению. Сочетание схемы с трактовками понятия «продвижение чтения» подчеркивает системность подхода: биб-

лиотека не просто информирует, а строит интерактивное пространство для формирования читательской культуры и вовлечения подростков в современную цифровую среду [3].

В современной библиотечной практике мультимедиа рассматриваются как:

- интерактивные цифровые ресурсы, которые позволяют подросткам самостоятельно взаимодействовать с информацией и участвовать в творческих и образовательных проектах;
- комплекс инструментов и программных средств, обеспечивающих интеграцию текста, изображения, звука и видео для формирования визуально-привлекательного и запоминающегося контента;
- средство формирования читательской мотивации и вовлечения аудитории, способное адаптироваться под особенности восприятия информации современными подростками (клиповое мышление, визуальная динамика, интерактивность).

Использование мультимедиа в продвижении чтения позволяет библиотекам: адаптировать контент под визуальные привычки подростков; формировать интерактивную среду для общения и обмена мнениями; интегрировать библиотеку в цифровое пространство подростковой культуры.

Важно учитывать, что подростковый период выделяется среди других жизненных этапов. Перед формирующейся личностью подростка возникают трудности самоопределения, самоорганизации, проблема выбора нравственных ценностей и идеалов. Хорошая книга всегда может помочь подростку разобраться, научит самоконтролю и ответственности за результаты своих поступков. Важно понимать, что чтение – это совершенно другой, уникальный, уровень познания. Наше воображение позволяет понять мир чувств литературных героев, прожить с

ними их жизнь, представить себя любым персонажем из книги. Во время чтения, в отличие от просмотра фильма, подросток действительно может оторваться от реальности и пережить невероятные приключения. Отсюда вывод – чтение развивает воображение.

Использование мультимедиа для продвижения библиотеки в подростковой среде обладает следующими достоинствами по сравнению с традиционными способами взаимодействия:

- возможность применения цветной графики, звукового сопровождения, анимации, а также гипертекста;
- непрерывное обновление и усовершенствование;
- возможность использования в нем интерактивных веб-элементов (тесты, викторины, опросники, иконки, всплывающие подсказки, значки и т. д.).

Главное достоинство мультимедиа в том, что данные, содержащие необходимую смысловую наполненность, предстают одновременно в различных формах: видеоряд, звук, компьютерная анимация. Именно одновременное воздействие на несколько органов чувств человека способствует удержанию внимания и повышения интереса.

Важно отметить, что использование мультимедиа в работе библиотекаря не заменяет и не вытесняет традиционное обслуживание, а лишь расширяет спектр услуг, которые может получить подросток в библиотеке.

Анализ опыта российских библиотек позволяет сделать вывод о том, что мультимедийные ресурсы активно используются в библиотечной деятельности в двух направлениях.

1. Мультимедийные технологии для работы с библиотечным продуктом.

Мультимедиа активно применяются при создании и обработке библиотечного контента. К примеру: создание интерактивных путеводителей; подготовка ви-

деороликов и буктрейлеров; разработка инфографики и интерактивных пособий; создание программ для библиографических игр; организация видео-тренингов, позволяющих проводить занятия вне стен библиотеки и индивидуально.

2. Мультимедийные технологии для продвижения библиотеки и вовлечения подростков.

Современные медиаплатформы предлагают разнообразные виды мультимедийных продуктов: веб-сайты, игры, виртуальные выставки и путеводители, презентации, видеоролики, открытки, энциклопедии, справочники, учебники, лекции и др. В зависимости от формы, содержания и цели использования ресурса возможно выбрать его основные функции, к примеру, развлекательные, образовательные или информативные.

Мультимедийные приложения – прикладные программы, предназначенные для предоставления интерактивного контента, сочетающего в себе различные формы предоставления информации: текстовую, табличную, графическую, звуковую, анимационную, видео. Мультимедийные приложения подразделяются на следующие виды: презентации; анимационные ролики; игры; видеоприложения; мультимедиа-галереи; аудиоприложения (проигрыватели звуковых файлов); приложения для web.

В структуре элементов медиапространства для библиотеки ключевую роль играют социальные медиа, то есть совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий позволяют пользователям, среди которых большую аудиторию составляют подростки, коммуницировать, воспринимать и создавать пользовательский контент: социальные сети; блоги и микроблоги; фото и видеохостинги; свободные энциклопедии; сервисы социальных новостей и за-кладок; форумы; геосоциальные сети и др.

При применении медиаресурсов повышается оперативность и качество предоставления пользователям нужной информации. Поэтому важно формировать медийную грамотность библиотекаря и маркетолога библиотеки, включающую: освоение новых цифровых инструментов создания и продвижения новых информационных продуктов.

Интересным направлением использования мультимедиа в библиотечной деятельности становится создание инфографики. Она позволяет визуализировать сложную информацию, сделать ее более доступной и запоминающейся для подростков. С помощью инфографики библиотеки могут представлять статистику чтения, популярные жанры, книжные новинки. Подростки лучше воспринимают такой формат, чем длинные текстовые описания. Не менее важна и геймификация, то есть использование игровых элементов в библиотечных мероприятиях. Квесты, онлайн-викторины, челленджи и конкурсы в социальных сетях делают продвижение книги более увлекательным.

С целью определения эффективности использования мультимедийных форматов в продвижении чтения среди подростков и выявления предпочтения данной возрастной группы в сфере современного библиотечного взаимодействия, в рамках исследования, проведен онлайн-опрос подростков в возрасте 12–17 лет в г. Рязань Рязанской области.

Опрос охватил 120 подростков в возрасте 12–17 лет, проживающих в г. Рязань Рязанской области и пользующихся библиотеками города. Распределение респондентов позволяет считать выборку репрезентативной для изучения читательских практик подростков, а также для анализа их отношения к мультимедийным форматам библиотечного обслуживания.

Структура опроса представлена следующими тематическими блоками:

- 1) посещение библиотеки (оффлайн и онлайн форматы, частота взаимодействия);
- 2) читательские интересы (любимые жанры, мотивация к чтению);
- 3) отношение к мультимедийным форматам (подкасты, видео, онлайн-квизы, виртуальные туры и др.);
- 4) онлайн-активность и влияние медиапроектов (время, проводимое в цифровых сервисах библиотек; влияние мультимедиа на интерес к чтению);
- 5) готовность к совместному созданию контента и участие в мероприятиях библиотеки;
- 6) каналы получения информации о событиях и проектах библиотек;
- 7) социально-демографические характеристики респондентов (пол, возраст, тип учебного заведения).

Полученные результаты позволили выявить современные тенденции медиа-

потребления подростков, определить наиболее перспективные мультимедийные форматы и оценить потенциал цифровой среды в продвижении чтения среди молодежи.

Возрастная структура респондентов наглядно представлена на рис. 2: 14–15 лет – 45 % (54 человека); 12–13 лет – 30 % (36 человек); 16–17 лет – 25 % (30 человек).

Возрастная структура респондентов демонстрирует равномерное распределение аудитории с доминированием средних подростков (14–15 лет – 45 %), которые представляют собой наиболее активную и динамичную группу пользователей библиотек.

Сочетание возрастных категорий позволяет говорить о широком охвате подросткового сообщества и обеспечивает репрезентативность опроса в отношении читательских предпочтений и восприятия мультимедийных форматов.

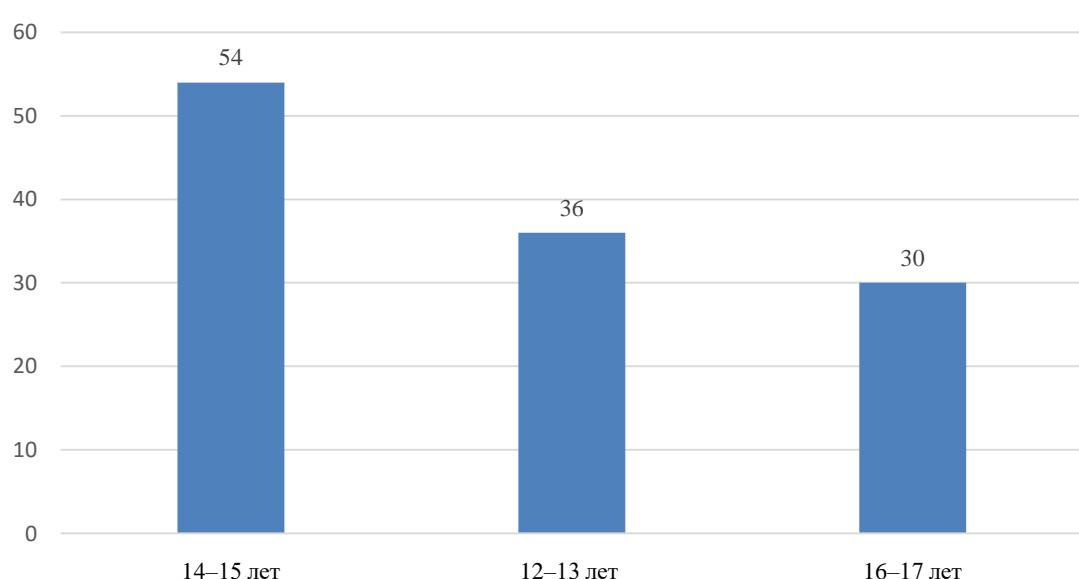


Рис. 2. Возрастная структура респондентов
Fig. 2. The age structure of the respondents

Возрастные различия также отражают разнообразие интересов и медиапотребления, что важно учитывать при разработке библиотечных программ и медиaproектов для разных возрастных подгрупп.

Половое распределение также оказалось достаточно сбалансированным: девочки – 55 % (66 человек), мальчики – 45 % (54 человека).

Большинство участников являются учащимися школ (65 %), что подтверждает ориентацию исследования на школьную аудиторию ключевую группу пользователей подросткового возраста.

Большая часть аудитории – это активные или относительно новые пользователи библиотек. На вопрос «Как давно подростки посещают библиотеку» ответы респондентов распределились следующим образом: 40 % (48 человек) начали посещать библиотеки в последние 1–2 года; 35 % (42 человека) ходят в библиотеку с раннего детства; 15 % (18 человек) посещают редко; 10 % (12 человек) – не посещают совсем.

Значительная часть аудитории – это активные или относительно новые поль-

зователи библиотек. Наибольшую долю составляют подростки, которые начали посещать библиотеку в последние 1–2 года – 40 % (48 человек). Сравнительно велика группа тех, кто пользуется библиотекой с раннего детства – 35 % (42 человека).

Меньшая доля респондентов относится к нерегулярным пользователям: 15 % (18 человек) посещают библиотеку редко, а 10 % (12 человек) не обращаются в библиотеку вовсе.

Таким образом, значительная доля «новой» аудитории (40 %) свидетельствует о том, что библиотеки эффективно привлекают подростков в последние годы. Это может быть связано с внедрением мультимедийных форматов, обновлением пространства, активностью в соцсетях и расширением цифровых сервисов.

Частота посещений показывает сохранение стабильного ядра читателей.

Из этих данных опроса видно, что как минимум половина подростков (50 %) посещает библиотеку не реже одного раза в месяц, что подтверждает продолжающийся интерес к библиотечному пространству (рис. 3).

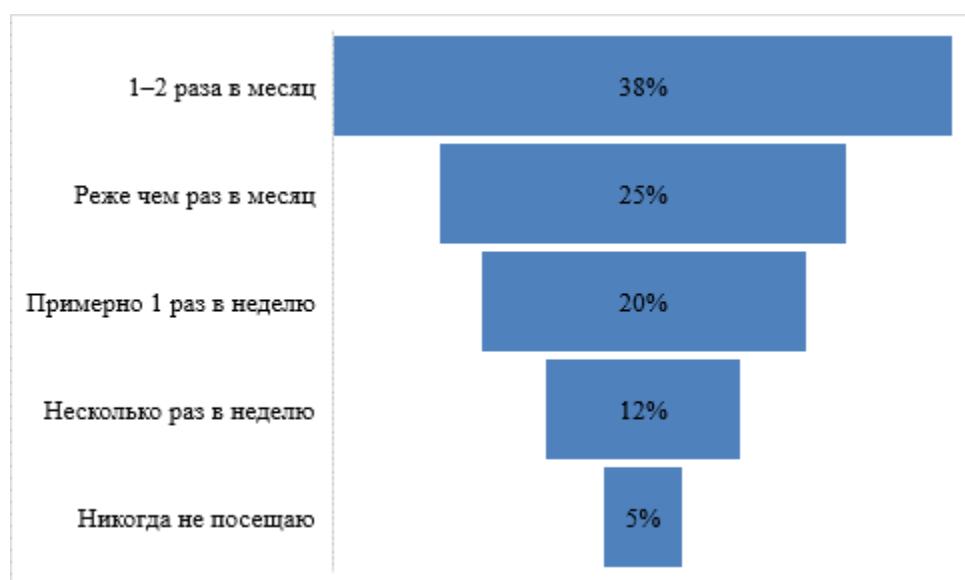


Рис. 3. Частота посещения библиотеки подростками
Fig. 3. The frequency of library visits by teenagers

Данные о частоте посещения библиотек показывают, что среди подростков сохраняется стабильная группа активных читателей. Наиболее распространенным форматом использования библиотеки является посещение 1–2 раза в месяц, о чем сообщили 38 % респондентов (46 человек). Еще 20 % (24 человека) посещают библиотеку примерно раз в неделю, а 12 % (14 человек) – несколько раз в неделю, что говорит о наличии постоянной и вовлеченной аудитории.

В то же время 25 % опрошенных (30 человек) приходят в библиотеку реже одного раза в месяц, а 5 % (6 человек) не посещают ее вовсе. Таким образом, суммарно 50 % подростков посещают библиотеку не реже одного раза в месяц, что подтверждает устойчивый интерес к библиотечному пространству и его актуальность как места для чтения, общения и участия в мероприятиях.

Абсолютное большинство респондентов взаимодействуют с библиотекой в гибридном формате: 68 % (82 человека) – и офлайн, и онлайн, 18 % – только лично, 10 % – только онлайн, 4 % – не взаимодействуют вовсе.

Гибридный формат является доминирующим, что согласуется с трендом на

цифровизацию библиотек. Подростки предпочтдают совмещать физический контакт с библиотекой и использование ее онлайн-ресурсов.

Анализ структуры жанровых предпочтений подростков позволяет понять, какие типы литературного контента наиболее востребованы среди аудитории 12–17 лет и на какие направления библиотекам следует делать акцент при формировании фондов и создании мультимедийных материалов. В рамках вопроса респонденты могли выбрать от одного до трех вариантов, что позволяет оценить жанровую «полифоничность» и широту интересов юных читателей.

Согласно результатам опроса (рис. 4), лидирующие позиции занимают жанры, традиционно популярные среди подростков и ориентированные на яркие сюжеты, богатое воображение и динамику повествования. На первом месте оказалось фэнтези, которое выбрали 45 % респондентов (54 человека). Этот жанр сохраняет привлекательность благодаря погружению в вымышленные миры, увлекательным сюжетам, магическим системам и героям, с которыми подростки легко себя ассоциируют.

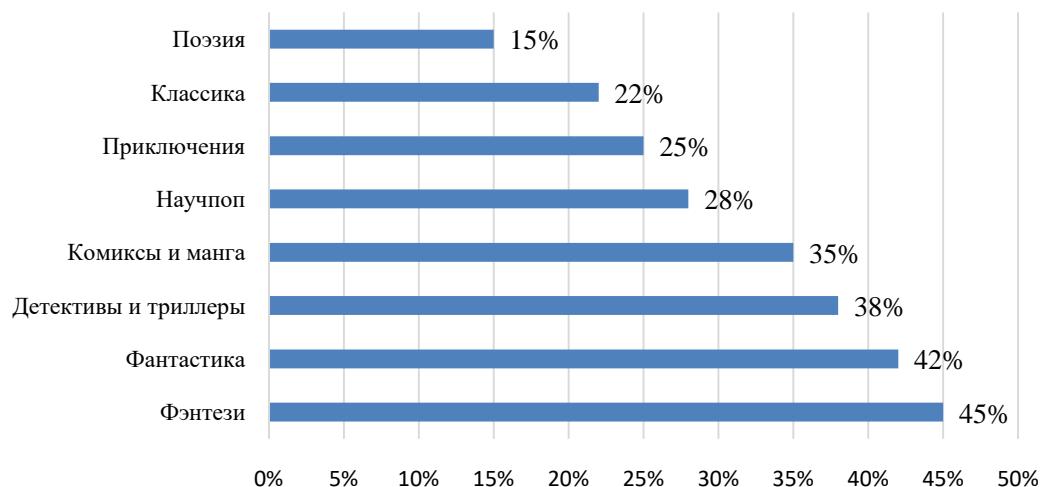


Рис. 4. Жанровые читательские предпочтения подростков
Fig. 4. Genre reading preferences of teenagers

Второе место занимает фантастика – 42 % (50 человек). Популярность данного жанра во многом обусловлена интересом подростков к технологическому развитию, виртуальной реальности и альтернативным сценариям будущего. Фантастика соответствует современным трендам и стимулирует познавательную активность, что делает ее особенно востребованной в образовательной среде.

На третьей позиции находятся детективы и триллеры – 38 % (46 человек). Этот жанр привлекает подростков благодаря интриге, логическим задачам, элементам расследования и эмоциональному напряжению. Такие книги развивают аналитическое мышление и поддерживают устойчивый интерес к самостоятельному чтению.

Особое внимание следует уделить популярности комиксов и манги – этот вариант выбрали 35 % опрошенных (42 человека). Рост интереса к визуальной литературе подтверждает влияние современной медиакультуры, социальных сетей, а также распространение аниме и графических романов. Для библиотек это направление является перспективным для привлечения новых пользователей и увеличения посещаемости.

Помимо развлекательной литературы, подростки проявляют интерес к познавательным жанрам. Так, научно-популярные книги (28 %) остаются востребованными у аудитории, ориентированной на расширение кругозора, изучение научных фактов и актуальных тем – от космоса до психологии. Приключения (25 %), классическая литература (22 %) и поэзия (15 %) также присутствуют в структуре предпочтений, хотя и занимают менее значительную долю. Тем не менее, это подтверждает сохранение интереса к традиционным литературным формам.

Таким образом, жанровые предпочтения подростков демонстрируют соче-

тание традиционных и современных направлений: от классических сюжетов и научно-популярной литературы до визуальной литературы и фэнтези-циклов. Подобная многослойность интересов создает широкие возможности для библиотек при формировании книжных коллекций, создании тематических мероприятий и разработке мультимедийных проектов.

Переход к анализу мультимедийных предпочтений подростков логично вытекает из рассмотрения их читательских интересов. Полученные ранее данные показывают, что современная подростковая аудитория тяготеет к динамичным, визуально насыщенным и интерактивным формам подачи информации. Это связано как с общей цифровизацией подростковой среды, так и с активным влиянием социальных сетей, видеоконтента и игровых форматов обучения. Поэтому изучение того, какие мультимедийные инструменты вызывают наибольший отклик у молодых пользователей библиотек, является ключевым этапом исследования.

Для оценки востребованности различных форматов респондентам был предложен список мультимедийных услуг, доступных в библиотеках г. Ряжска. Подростки могли выбрать несколько вариантов, отражая тем самым широту своих медиапредпочтений.

По итогам опроса наиболее популярными оказались следующие мультимедийные форматы.

1. Видео (буктрейлеры) – 65 % (78 человек). Это самый востребованный формат среди подростков. Популярность видео обусловлена тем, что визуальные короткие ролики хорошо соответствуют способу восприятия информации поколением Z. Буктрейлеры помогают быстро составить впечатление о книге и мотивируют к самостоятельному чтению. Кроме того, создание собственных буктрейлеров может стать привлекательной твор-

ческой активностью, вовлекающей подростков в жизнь библиотеки.

2. Онлайн-квизы – 58 % (70 человек). Интерактивные викторины сохраняют высокий интерес благодаря сочетанию игры, соревнования и возможности мгновенной обратной связи. Подросткам важна социальная активность и элементы челленджей, а библиотечные квизы помогают связать развлечение с образовательным процессом. Этот формат хорошо работает и в офлайн-мероприятиях, и в социальных сетях библиотек.

3. Подкасты – 45 % (54 человека). Средний уровень популярности подкастов отражает рост интереса подростков к аудиоформатам. Многие респонденты отмечали удобство прослушивания «на ходу», что делает подкасты универсальным инструментом продвижения чтения. Особенно востребованы короткие тематические выпуски о книгах, авторах, событиях и современных трендах.

4. Интерактивные комиксы – 35 % (42 человека). Стабильный интерес к комиксам и манге сохраняется и в цифровом пространстве. Интерактивные графические истории позволяют подросткам глубже погружаться в сюжет, самостоятельно выбирать траекторию чтения и участвовать в развитии истории. Библиотеки могут использовать этот формат для популяризации сложных тем в доступной форме.

5. Онлайн-встречи с авторами – 32 % (38 человек). Несмотря на относительно меньший процент, этот формат является важным, так как обеспечивает живое общение и эмоциональную вовлеченность. Возможность задать вопросы автору или получить персональную рекомендацию воспринимается подростками как уникальный опыт.

6. Виртуальные туры – 28 % (34 человека). Этот формат востребован среди тех, кто предпочитает онлайн-взаимодействие или не имеет возможно-

сти посещать библиотеку лично. Интерес к виртуальным турам также связан с новизной технологии и желанием исследовать пространство в удобном режиме.

Преобладание визуальных и интерактивных форматов (видео, квизы) показывает, что подростки ожидают от библиотек динамичного, «живого» медиа-контента, соответствующего логике современного цифрового потребления. Аудиоформаты (подкасты) и интерактивные комиксы укрепляют свои позиции, открывая для библиотек новые возможности привлечения аудитории. Таким образом, мультимедийные ресурсы становятся важной частью коммуникации между библиотекой и подростком и обеспечивают рост интереса к книгам через привычные для молодежи цифровые каналы.

Согласно данным опроса, распределение времени, которое подростки готовы проводить в онлайн-активностях библиотеки, выглядит следующим образом: не тратят время на онлайн-активности – 25 % респондентов; до 30 минут – 40 % участников; 30–60 минут – 20 %; более часа – 15 %.

Анализ этих данных показывает, что значительная часть подростков (65 %) либо ограничивает свое время онлайн-активностями библиотек до получаса, либо вовсе не участвует в них. Это указывает на необходимость адаптации формата онлайн-контента: мультимедийные материалы должны быть короткими, яркими и информативными, чтобы удерживать внимание аудитории и эффективно доносить информацию.

Таким образом, при планировании онлайн-активностей следует учитывать ограниченный временной ресурс подростков и фокусироваться на интерактивных и визуально привлекательных форматах, которые способны заинтересовать и вовлечь пользователя за короткий период времени.



Рис. 5. Ответы респондентов на вопрос «Как мультимедийные проекты библиотеки влияют на интерес к чтению?»

Fig. 5. Respondents' answers to the question "How do multimedia library projects affect interest in reading?"

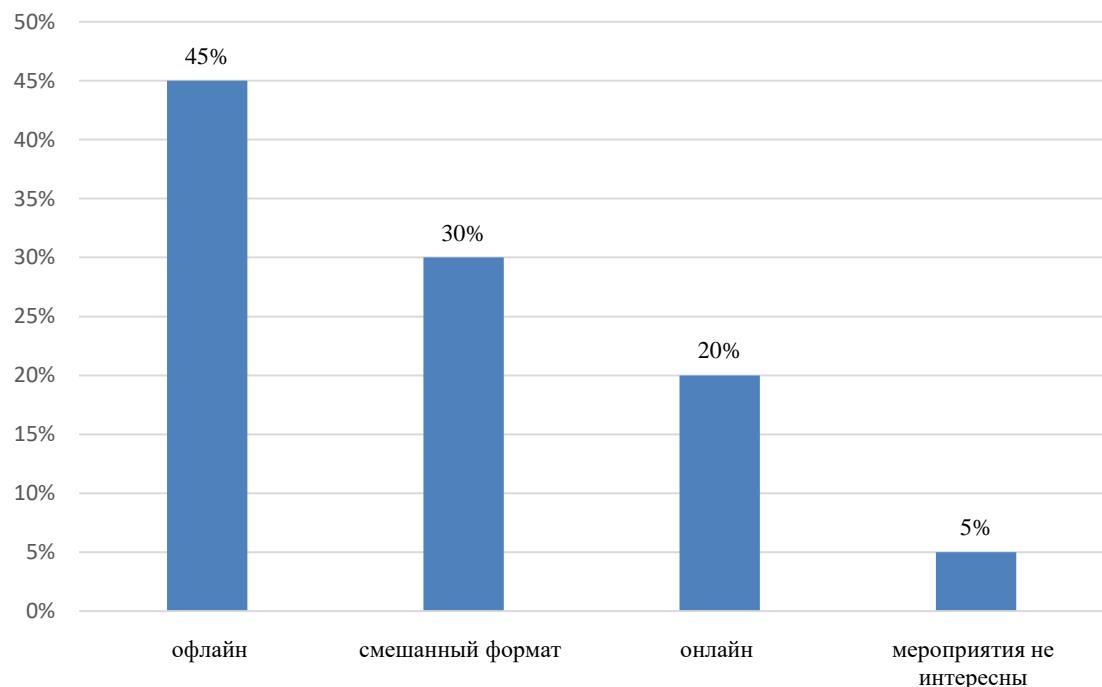


Рис. 6. Ответы респондентов на вопрос «Какой формат мероприятий библиотеки наиболее привлекателен для вас?»

Fig. 6. Respondents' answers to the question "Which format of library events is most attractive to you?"

Исследование показывает, что подростки ограничивают время, проводимое в онлайн-активностях библиотеки, отдавая предпочтение коротким и информативным материалам. Это напрямую связано с мотивацией к чтению под влиянием цифрового контента, что наглядно представлено на рис. 5.

Мультимедийный контент положительно влияет на интерес подростков к чтению: 42 % респондентов отмечают, что он сильно повышает интерес, а 38 % – что слегка повышает. Лишь 12 % участников считают, что мультимедиа не влияет на их интерес к чтению, а 8 % затруднились дать оценку.

Таким образом, 80 % подростков подтверждают положительное влияние мультимедиа на мотивацию к чтению, что подчеркивает эффективность использования цифровых инструментов в библиотечной работе для вовлечения молодежи.

Следующий аспект исследования – формат библиотечных мероприятий, который наиболее привлекателен для подростков (рис. 6).

Живое общение остается ключевым фактором, однако гибридный формат (оффлайн + онлайн) привлекателен для значительной части подростков. Это важно учитывать при планировании мероприятий, чтобы сочетать интерактивность цифровых технологий с личным общением. Для эффективного продвижения мероприятий и контента необходимо понимать, через какие каналы подростки получают информацию: соцсети – 72 %; друзья – 48 %; афиши – 35 %; сайт – 28 %; библиотеки – 25 %.

Главный канал коммуникации – соцсети, что подтверждает необходимость активного присутствия библиотек на цифровых платформах и использования визуального контента для привлечения аудитории.

Исследование позволило получить комплексное представление о читатель-

ских предпочтениях, медиапотреблении и взаимодействии подростков с библиотечным пространством как онлайн, так и онлайн.

В целом, исследование демонстрирует, что современные подростки предпочтуют комбинированный подход к библиотечному взаимодействию: сочетание традиционных форматов с мультимедийными и интерактивными инструментами. Библиотеки, ориентированные на динамичные, визуально насыщенные и креативные проекты, способны удерживать внимание молодежной аудитории, стимулировать интерес к чтению и вовлекать подростков в совместное создание медиаконтента, что делает цифровую среду ключевым ресурсом для продвижения чтения среди подростков.

Результаты исследования подтверждают, что использование мультимедиа – один из самых эффективных инструментов повышения мотивации к чтению и активного вовлечения подростков в жизнь библиотеки. В целом, мультимедийные технологии в библиотечной практике следует рассматривать не только как инструмент продвижения чтения, но и как средство формирования медиакультуры подростков. Они позволяют молодым пользователям научиться критически воспринимать визуальную и аудиовизуальную информацию, работать с цифровыми источниками, создавать собственные медиапродукты. Продвижение библиотечных ресурсов в медиапространстве требует системной и последовательной работы.

ВЫВОДЫ

Таким образом, продвижение библиотеки и чтения в подростковой среде – сложный и многоуровневый процесс, требующий сочетания педагогических, психологических и информационно-технологических подходов. Мультиме-

дийные технологии в библиотечной практике выполняют двойную функцию: создание и улучшение библиотечного продукта; продвижение и вовлечение аудитории, особенно подростковой.

Результаты проведенного опроса подтверждают, что наиболее востребованными форматами являются буктрейлеры, видео-обзоры, подкасты, медиавечера и конкурсы мультимедиа, которые стимулируют интерес к чтению и развивают творческие, исследовательские и медиаграмотные навыки подростков. Использование мультимедиа позволяет библиотекам не только привлекать новую

аудиторию, но и расширять охват мероприятий за пределы библиотечных стен – через социальные сети, онлайн-курсы, виртуальные выставки и Телеграм-каналы. Такой подход обеспечивает системное продвижение чтения и способствует формированию привычки самостоятельной работы с литературой и справочными материалами. Мультимедийные технологии обеспечивают интерактивность, визуальную привлекательность и обратную связь, а их грамотное использование способствует формированию позитивного имиджа библиотеки и устойчивой мотивации подростков к чтению.

Список источников

1. Ковалевская Н.И., Шишикина Н.И. Дидактический потенциал мультимедийных технологий в чтении художественного произведения // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2025. № 1 (291). С. 51-58. <https://doi.org/10.52065/2520-6729-2025-291-7>, <https://elibrary.ru/zayrvn>
2. Агеева Г.М. Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // Библиосфера. 2020. № 1. С. 62-67. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-102-107>, <https://elibrary.ru/ktsujn>
3. Аскарова В.Я. Современная библиотека – организатор чтения в мультимедийном пространстве // Библиосфера. 2020. № 1. С. 73-82. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-73-82>, <https://elibrary.ru/qhyqev>

References

1. Kovalevskaya N.I., Shishkina N.I. (2025). The didactic potential of multimedia technologies in reading a work of fiction. *Trudy BGTU. Seriya 4: Print- i mediateknologii = Proceedings of BSTU. Issue 4. Print- and Mediatechnologies*, no. 1 (291), pp. 51-58. (In Russ.) <https://doi.org/10.52065/2520-6729-2025-291-7>, <https://elibrary.ru/zayrvn>
2. Ageeva G.M. (2020). Literary blogs and podcasts as formats of book media events. *Bibliosfera = Bibliosphere*, no. 1, pp. 62-67. (In Russ.) <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-102-107>, <https://elibrary.ru/ktsujn>
3. Askarova V.Ya. (2020). A modern library is an organizer of reading in a multimedia space. *Bibliosfera = Bibliosphere*, no. 1, pp. 73-82. (In Russ.) <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-73-82>, <https://elibrary.ru/qhyqev>

Информация об авторах

Малафеева Татьяна Станиславовна, магистрант по направлению подготовки «Библиотечно-информационная деятельность», Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, tatiana-semynova@mail.ru

Неверова Татьяна Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотековедения и документоведения, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, Nev_tat@mail.ru

Information about the authors

Tatiana S. Malafeeva, Master's Degree Student of "Library and Information Activities" Program, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, tatiana-semynova@mail.ru

Tatiana A. Neverova, Cand. Sci. (Pedagogy), Associate Professor of Library Science and Documentation Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, Nev_tat@mail.ru

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 17.09.2025

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 26.11.2025

Принята к публикации / Accepted for publication 28.11.2025