

УДК 070: 808.2:81'271.14

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЧИТАННЯ НА МАТЕРІАЛІ РЕГІОНАЛЬНОГО СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Л. І. Солодка

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,
б-р Шевченка, 81, Черкаси, 18031, Україна*

Для пошуку нових способів привернення уваги та формування позитивного ставлення до книги як важливого складника культурного, професійного й інтелектуального збагачення людини особливого значення набуває ознайомлення з різноплановим досвідом підтримки читання в сучасних умовах. На підставі осмислення різногалузевих студій (у сфері видавничої справи, маркетингу, соціальних комунікацій та ін.) витлумачено сутність поняття «соціокомунікаційний проект», виокремлено його змістові маркери (унікальність функцій, тематики, орієнтованість на конкретного адресата, сфокусованість на досягнення певної мети). З'ясовано природу термінів читання, культура читання, книжкова комунікація, буккросинг. Проаналізовано в регіональному вимірі діяльність соціокультурного проекту читацького клубу «Freebook», в основу якого покладено сучасний молодіжний інтелектуальний рух буккросинг, у сфері ефективної організації промоції читання. Вивчено вплив культурного меседжу спільноти на аудиторію, зокрема на формування громадської думки щодо культури читання.

Ключові слова: соціокомунікаційний проект, соціальні комунікації, культура читання, книжкова комунікація, буккросинг, читання в сучасному світі, популяризація читання, читання серед молоді.

Постановка проблеми. Нині гостро постає питання культури читання наших співвітчизників. Навколо цієї проблеми активно дискутують автори, видавці, журналісти, науковці та всі, кому небайдужа вказана тема. Статистика, на жаль, невтішна, тому українська інтелектуальна еліта б'є на сполох. Як слушно зауважує президент громадської організації «Форум видавців» Олександра Коваль, «студенти, які не виробили достатньої навички читання в дитинстві, мають великі проблеми з навчанням в університеті, і навіть страшно подумати, що коли вони отримають дипломи (а це в Україні не проблема), то від них залежатиме наше життя і безпека. Дивує байдужість до проблеми «нечитання» не лише представників державних органів, які давно самоусунулися від реальних викликів і потреб, а займаються лише регулюванням фінансових потоків, а й суспільства, яке наче спить і не усвідомлює, що нечитання стає реальною загрозою для стабільного розвитку економіки і соціальної сфери» [20, с. 22].

Згідно із дослідженнями, проведеними «Промовою» для проекту «Букплатформа», 42 % українців не читають, середньостатистичний українець прочитусь

повністю 4,3 книги на рік (обсягом понад 100 сторінок). 10 % тих, котрі вказали, що читали протягом останніх 12 місяців довгі тексти, не змогли пригадати назву останньої прочитаної книги. У загальних висновках для суспільства дослідники констатують, що в умовах, коли інформація більше не є дефіцитом, значення фізичного володіння книгою може трансформуватися зі змістового у символічне, натомість значення знань буде підвищуватися і, ймовірно, менше ототожнюватися із книгою. Технологічний прогрес не збалансований сильною освітою та спроможністю вдумливо читати (сприймати великі тексти) може створювати ілюзію поінформованості, знижувати рівень розвитку людського потенціалу. Позитивне ставлення до читання як до елементу освіченості створює передумови для меритократії, а тому дуже важливо не втратити змістове наповнення ставлення до читання, яке поки ще залишається позитивним [19].

Зниження інтересу до читання — це сьогодні загальносвітова тенденція, внаслідок якої постає потреба пропаганди книг для підвищення інтересу до читання. Кілька десятиліть поспіль розвинені країни світу (Німеччина, Франція, Нідерланди тощо) розробляють різні цільові програми для підтримки читання, які дають позитивні результати.

Кабінет міністрів України схвалив проект концепції державної політики розвитку національної видавничої справи та популяризації читання на період до 2020 року, розроблений Держкомтелерадіо. «Метою Концепції є відродження соціального значення книги та читання як процесу культурного, духовного, професійного та інтелектуального збагачення людини, суттєве підвищення якості і професіоналізму кадрового ресурсу, створення сприятливих умов для розвитку видавничої галузі та системи інформування про вітчизняну видавничу продукцію, що дасть можливість підвищити рівень конкурентоспроможності України як європейської держави», — зазначають автори концепції [13].

У сучасних умовах формувати культуру читання можна за допомогою меседжу про те, що читання природне (і потрібне!), приносить задоволення і створює атмосферу затишку та безпеки (що важливо, беручи до уваги загалом агресивне інформаційне середовище) [9, с. 300]. Тому для пошуку нових способів привернення уваги та формування позитивного ставлення до книги як важливого складника культурного, професійного та інтелектуального збагачення людини особливого значення набуває ознайомлення з різноплановим досвідом підтримки читання в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми культури читання наукова думка досліджує в різних аспектах. Науковець Я. Якубенко розглядає книжкову комунікацію як рушійну силу цивілізаційного процесу, впливовий чинник соціального, політичного, економічного, духовного і технічного розвитку інформаційного суспільства та суспільства знань. На його думку, однією зі складових процесу соціальної комунікації є книга, що виступає, з одного боку, соціально значущим носієм даних про осіб, предмети, факти, події та процеси, які відбуваються в суспільстві, а з другого, — засобом передавання цієї інформації до певних соціальних груп, зацікавлених в її отриманні [23, с. 16].

Редколегія часопису «Україна модерна» питанням історії та культури читання присвятила окреме число. У Форумі, який відкриває число, взяли участь як фахівці з історії та теорії читання книжок, так і книговидавці. Зокрема, було з'ясовано характерні риси сучасної культури читання та чинників, які найбільше на неї впливають [20].

У науковій розвідці Г. В. Листвак простежено, як із часом змінювався погляд на читання та читацьку аудиторію. Проаналізовано основні фактори, що зумовлюють зміну сучасного формату читання, зокрема: появу екранних носіїв, літературні тенденції, перерозподіл системи соціальних комунікацій на користь аудіовізуальних медіа [9].

Зміну суспільних і комунікативних ролей автора, видавця (редактора) і читача, пов'язану з розвитком цифрових технологій і феномена Інтернету, проаналізував у своєму дослідженні науковець А.-Л. Р. Лозинський. Дослідник окремо виділив роль автора як зачинателя комунікації, на якого передусім впливають зміни, що зумовлюють трансформацію, та інших учасників процесу [10].

Огляд заходів на державному та недержавному (громадському) рівнях (різноманітні державні програми, а також конкурси, фестивалі, інформаційні проекти), які проводяться в Україні та деяких інших країнах і мають на меті спонукати людей (передовсім дітей та молодь) до читання, подає дослідниця Т. Булах [4].

Щоб набути статусу європейської держави та підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку, нашій країні необхідно якомога активніше відроджувати роль книги та читання як важливого складника культурного, професійного та інтелектуального збагачення людини. Це твердження є наскрізним у матеріалі, присвяченому огляду питань промоції літератури та читання від Інформаційного центру з питань культури та мистецтва Національної парламентської бібліотеки України [22, с. 2].

У лютому 2015 року в Києві відбувся Перший конгрес «Промоція літератури в Україні». Організатори найбільших літературних подій, журналісти, представники міжнародних культурних установ, літературні менеджери з різних куточків України (загалом 50 учасників із різних регіонів) зібралися, щоб проаналізувати актуальні питання культурної політики України, міжнародні практики промоції літератури, засади успішної комунікації зі ЗМІ та пошук ресурсів. Обговорювали досвід створення та просування сучасних літературних творів, визначили головні проблеми промоції літератури в Україні та шляхи їх подолання. Визначили, що наразі найактуальнішими й найболючішими є такі питання: дефіцит локацій, нестача коштів, слабкий маркетинг, відсутність кваліфікованих культурних менеджерів, нерозвинуте книгорозповсюдження, недоліки системи освіти [15].

Виступи учасників конгресу засвідчили, що насправді літературне життя в регіонах вирує, а в літературних колах щораз частіше говорять про регіональні ініціативи.

Тому науковий інтерес викликають дослідження прикладів практичного застосування теоретичних засад концепції, вивчення досвіду втілення соціокому-

нікативних книжкових проєктів, метою яких є популяризація культури читання у суспільстві, зокрема на регіональному рівні, а також аналіз їхнього впливу на формування громадської думки. У цьому контексті заслуговує на увагу досвід діяльності буккросинг-клубу «Freebook».

Мета статті — обґрунтувати сутність таких понять, як соціокомунікаційний книжковий проєкт, культура читання, книжкова комунікація, промоція читання; дослідити діяльність буккросинг-клубу «Freebook» у сфері створення позитивного іміджу книги та популяризації читання серед громадян черкаського регіону, проаналізувати потенціал такого контенту у формуванні літературної компетентності читацької аудиторії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне суспільство характеризується глобальним зростанням інформаційних потоків, що потребують удосконалення процесів відбору, формування, створення, опрацювання, зберігання, передавання та використання інформації. З огляду на зниження інтересу до читання як способу пізнання світу, постає потреба в соціальних комунікаторах, тобто активних розповсюджувачах соціально значущої інформації, яка б сприяла відродженню ролі книги та читання. Книга є важливим складником процесу соціальної комунікації. Тому необхідно з'ясувати суть цього поняття. Термін соціальні комунікації з'явився в лоні церкви, і відбулося це 1963 р. під час Другого Ватиканського Собору. На другій сесії Собору вперше було вжито термін соціальні комунікації [1]. Науковець Н. І. Зражевська, спираючись на новітні дослідження, так витлумачує цей термін: «Соціальна комунікація є рух смислів у соціальному часі просторі. Цей рух можливий тільки між суб'єктами, так чи інакше залученими в соціальну сферу, тому обов'язково передбачається наявність комунікантів і реципієнтів» [6, с. 27]. Ми розглядаємо соціокомунікаційний проєкт, спрямований на поживлення книжкової комунікації в певному регіоні з метою підвищення культури читання. «Словник іншомовних слів» подає таке тлумачення ключових понять поданого терміна: проєкт (від лат. *projectus* — кинутий уперед) — 1) технічний документ, розроблений план для зведення споруд, виготовлення машин, приладів тощо; 2) попередній текст якогось документа; 3) план, задум [16, с. 563]. Таке визначення не відображає специфіки репрезентованого терміна, оскільки він містить поняття «соціальний» (від лат. *socialis* — товариський, громадський) — суспільний, громадський; той, що пов'язаний із життям і стосунками людей у суспільстві [16, с. 637]; та комунікація (від лат. *communication* — зв'язок, повідомлення) — 1) спілкування, що ґрунтується на взаєморозумінні; повідомлення інформації від однієї людини до інших або кількох інших; 2) масова комунікація — процес поширення інформації за допомогою технічних засобів [16, с. 370]. Тому більш прийнятне визначення поняття «проєкт» у такому контексті подане дослідниками у сфері управління проєктами.

За матеріалами підручника з управління проєктами, проєкт — деяке завдання з певними початковими даними й необхідними результатами (цілями), що обумовлюють спосіб його виконання («Кодекс знань про управління проєктами», Інститут управління проєктами США). Початком здійснення проєкту є не завдання,

а ідея (задум). Таким чином, у сучасному розумінні проекти — це те, що змінює наш світ: будівництво житлового будинку або промислового об'єкта, програма науково-дослідних робіт, реструктуризація підприємства, створення нової організації, розробка нової техніки й технології, випуск нової книги, створення кінофільму, розвиток регіону, вступ до інституту, святкування дня народження — це все проекти. Науковці переконані, що під проектами треба розуміти послідовність взаємопов'язаних подій, які відбуваються в перебігу встановленого обмеженого періоду часу і спрямовані на досягнення неповторного, але водночас певного результату [17, с. 6].

На підставі різногалузевих узагальнень можна окреслити робочу дефініцію терміна «соціокомунікаційний книжковий проект». Під цим поняттям розуміємо створення організації, яка продукує події, пов'язані з книгами та популяризацією культури читання, що впливають на життя людей та суспільства загалом, і має на меті оперативно поширювати інформацію про них, щоб зацікавити якомога ширше коло користувачів, досягти певних змін у розвитку регіону в сфері книжкових комунікацій.

З огляду на велику кількість культурних проектів різних рівнів, завданням яких є повернути моду на читання та утвердити в суспільстві стереотип, що освіченість — запорука успіху [4, 5, 7, 11, 12, 22], заслуговує на увагу діяльність громадської організації у сфері ефективної організації промоції читання, яка на регіональному рівні наводить громадян до книги. Це буккросинг-клуб «Freebook», який існує в Черкасах, в основі клубу — сучасний молодіжний інтелектуальний рух буккросинг.

На початку XXI століття вплив глобалізації на таку сферу культури, як читання, несподівано вилився в новий суспільний рух. Буккросинг (bookcrossing, з англ. book — «книжка», crossing — «переїзд») — це всесвітній рух, процес звільнення книг. «Перетворімо весь світ на бібліотеку!» — саме так звучить гасло всіх буккросерів, які діють за принципом: прочитав — віддай іншому. Тобто буккросер, прочитавши книгу, залишає її у громадському місці (парку, кафе, транспорті), щоб хтось інший міг її знайти і прочитати. А той, до кого книжка потрапить, повторює процес. Простежити переміщення книжки можна на спеціальних сайтах в Інтернеті. Так виник буккросинг (bookcrossing) — ще один культурний феномен епохи глобалізації, покликаний перетворити весь світ на одну велику бібліотеку з досить відкритим доступом [21].

Ідея «відпускати» книги вперше з'явилася в США. Її запропонував у березні 2001 року молодий американський фахівець з інтернет-технологій Рон Хорнбекер. Згодом цей рух став популярним у Європі й з 2008 року він впевнено крокує містами України. Так, до всесвітньої бібліотеки вже долучилися книгомани Києва, Львова, Донецька, Херсона, Харкова, Севастополя, Вінниці, Острога, Тернополя, Черкас тощо. Поширенню буккросингу перешкоджає те, що книги іноді пропадають, тому активісти цього хобі шукають так звані «безпечні полиці» для «мандрівної книги» — місця, де книги залишаються у відносній безпеці й не потрапляють до рук випадкових чи незацікавлених людей.

Рух буккросерів сьогодні налічує понад 400 тис. осіб і діє по всій земній кулі. У США навчилися заробляти на безкоштовному обміні книг, торгуючи всілякою сувенірною продукцією; європейці ж довели тему буккросингу до найбільших телеканалів на зразок «ВВС», додали термін «буккросинг» в Оксфордський словник і домоглися підтримки держав-членів ЄС [17]. На думку книговидавців, модний книжковий проект, яким фактично став рух буккросингу, зможе розширити коло людей, що читають. Тому французьке видавництво «Акт Сюд» виявило бажання співпрацювати з буккросерами і розповсюдити безкоштовно певну кількість своїх книжок, а міська влада Флоренції подарувала руху 4000 книг, які розповсюдили на ринках міста і в будівлях мерії.

Перша українська буккросинг-точка відкрилася в культурній меці Києва — літературному кафе «Купідон», де інтернет-видання «Проза» дістало можливість створити всередині закладу першу буккросинг-точку України. Мета проекту — підтримка і популяризація безкорисливого обміну культурними цінностями, залучення столичної публіки до процесу «звільнення» книги.

Започаткований цей культурний феномен і в Черкасах. 13 вересня 2010 року розпочав діяльність черкаський студентський буккросинг. Цього дня було презентовано неформальний буккросинг-клуб «Freebook», створений з ініціативи викладачів кафедри видавничої справи, редагування і теорії інформації ЧНУ ім. Б. Хмельницького, майбутніх видавців та за підтримки програми «Майстерня громадської активності». У місті було кілька спроб започаткувати буккросинг, однак жодна з них, зокрема й ініційована обласною бібліотекою, не була вдалою. Ідея «загубити» книжку в громадському місці не прижилася, адже книги хоч і залишали в різних місцях, їх часто забирали і на тому їхня «мандрівка» закінчувалася. Саме тому було вирішено створити «безпечну полицю».

Цей проект — ініціатива студентів і викладачів. В одній з аудиторій університету обладнано полицю книгообміну, де студенти і викладачі можуть вибрати літературу, відпустити свою книжку. Наразі на цій полиці в книгообігу перебувають близько 150 примірників. Серед них — твори Оксани Забужко, Любка Дереша, Кузьми Скрябіна, Юрія Андруховича, Світлани Пиркало, Ірен Роздобудько, Марії та Сергія Дяченків, Євгенії Кононенко, Андрія Кокотюхи та багатьох інших відомих авторів української та світової літератури. За час існування клубу проект «Freebook» презентовано на міському та всеукраїнському рівнях. Активісти клубу двічі брали участь у Всеукраїнському буккросингу «Мандри книги — 2011» та «Книга в мандрах — 2016», мета якого — популяризувати читання серед молоді. В обох акціях книги львівського автора Сергія Трухімовича відправляли зі Львова в мандри Україною. Їх передавали з міста в місто учасники всеукраїнського буккросингу. У кожному місті проводилися відкриті читання на центральних площах та фото-сесія з книгою.

Сьогодні ідею популяризувати культуру читання серед черкасців підтримали різні міські заклади та організації. Так, партнерами стали: студентська рада ЧНУ ім. Б. Хмельницького, Наукова бібліотека ім. М. Максимовича ЧНУ ім. Б. Хмельницького, «НеКафе», Шведське кафе «Fika», гурток «Юні кореспонденти» при ЦДТЮТ, КП «Водоканал», бутик жіночого одягу Ledi Ro, редакція обласної газети

«Нова Доба», Черкаська обласна бібліотека ім. Т. Шевченка, Черкаський бізнес-коледж, Золотоніська школа санаторного типу, дитячий дошкільний заклад «Академія ім. Ейнштейна», міжнародне освітнє агентство «ІСЕА». Загалом обладнано 15 інтерактивних полиць «Freebook». На кожній з полиць містяться правила участі в проєкті, табличка з логотипом клубу та інформацією про всіх партнерів, а книги оздоблюються фірмовими наліпками «Freebook».

Всю інформацію про клуб, умови реєстрації, новини про події та акції з життя клубу можна знайти на блозі (<http://freebook-ck.blogspot.com/>) та в групах у соціальних мережах Facebook чи ВКонтакте. Там само зазначено інформацію про партнерів та створено альбоми зі світлинами книг з інтерактивних полиць, які постійно оновлюються. Клуб має свій канал на YouTube, де започатковано щомісячні випуски відеоблогу. Будь-хто з учасників клубу може стати героєм випуску та поділитися враженнями про прочитану книгу, а також порекомендувати її іншим. Крім того, щороку створюються і викладаються інші проморолики, які популяризують книги та читання.

Девіз клубу: живи яскраво, читай цікаве. Тому клубівці постійно беруть участь у різних яскравих молодіжних заходах в університеті та місті (квести, флешмоб, книжковий аукціон, літературні читання, зустрічі з популярними українськими письменниками, круглі столи та експертні обговорення за участю громадськості міста). Ініціативна група проєкту започаткувала кілька заходів, які стали традицією. Зокрема, День «Freebook» внесено до переліку загальноуніверситетських щорічних заходів і тепер щороку відзначається 8 грудня із залученням студентів, викладачів і громадян міста. До Дня студента активісти вже другий рік поспіль організовують «Фотосушку». А під час «Мистецьких зустрічей з «Freebook» можна поспілкуватися з цікавими авторами.

Активне поширення інформації про діяльність клубу в інформаційному просторі регіону засвідчують численні публікації та виступи в ЗМІ, зокрема інформаційні повідомлення в інтернет-виданнях (65 %), виступи на телебаченні (25 %), радіо (7 %), друкована преса (3 %).

Висновки. Метою проєкту «Freebook» є сприяння культурному розвитку регіону, відродження ролі книги в поступі суспільства, а також читання як процесу культурного, духовного, професійного та інтелектуального збагачення людини, залучення молоді до розв'язання важливих соціально значущих проблем, привернення уваги громадськості до проблеми читання, формування в жителів регіону потреби в читанні книг, зрештою, утвердження в суспільстві переконання, що «читати — це модно». Соціокультурні книжкові проєкти такого формату — перспективний напрям діяльності фахівців у сфері промоції книги, які перебувають у постійному пошуку нових форматів популяризації культури читання, а також дослідної роботи науковців, які студіюють теоретико-практичні засади книжкової комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Decree on the Media of social communications inter mirica solemnly promulgated by his holiness pope paul vi on december 4, 1963. Chapter I. [Стаття] 3. — Режим доступу:

- http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat_decree_19631204_inter-mirica_en.html.
2. «Magnum Opus» представив Полтаву на конгресі з промоції літератури. — Режим доступу : <http://poltava-dumka.info/>.
 3. 21–22 лютого у київському клубі «Наш Формат» відбудеться Конгрес «Промоція літератури в Україні». — Режим доступу : <http://litcentr.in.ua/news/2014-12-29-3172>.
 4. Булах Т. Підтримка читання як запорука розвитку книжкового бізнесу: сучасний вітчизняний та зарубіжний досвід / Т. Булах // Вісник Львівського ун-ту. Серія книгозн. бібліот. та інф. технол. — 2014. — Вип. 8. — С. 312–317.
 5. Закрита книга. В Україні зникає культура читання. — Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/journal/1554595korrespondent-zakrita-kniga-v-ukrayini-znikaie-kultura-chitannya>.
 6. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіа контроль : моногр. / Н. І. Зражевська ; наук. ред. В. Ф. Іванов. — Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2012. — 407 с.
 7. Копистинська І. М. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України / І. М. Копистинська, Т. С. Гринівський // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. — 2015. — № 1. — С. 37–46. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzck_2015_1_7.pdf.
 8. Кравченко С. Читання як соціокультурний феномен в епоху глобалізації: спроба осмислення та програмно-цільові підходи / С. Кравченко. — Режим доступу : http://yunistib.rv.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=360&Itemid.
 9. Листвак Г. Б. Дослідження читання в Україні: результати і значення / Г. Б. Листвак // Наукові записки [Українська академія друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. — 2015. — № 2 (51). — С. 296–302.
 10. Лозинський А.-Л. Р. Автор, видавець, читач — проблема взаємодії в цифрову епоху / А.-Л. Р. Лозинський // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. — 2015. — № 1 (50). — С. 265–271.
 11. Найкращі досягнення у популяризації читання. — Режим доступу : <http://bookplatform.org/uk/resources/137-best-practices-report-on-reading-promotion.html>.
 12. Писаренко В. Українські проекти, які популяризують читання / В. Писаренко. — Режим доступу : <http://pysarenko.com.ua/uk/ukrayinski-proekti-yaki-populyarizuyut-chitannya/>.
 13. Про схвалення Концепції державної політики щодо розвитку національної видавничої справи та популяризації читання на період до 2020 року. — Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/111-2016-%D1%80>.
 14. Програма підтримки і розвитку читання в Україні: Що потрібно зробити? — Режим доступу : <http://izvestia.kiev.ua/item/show/73358>.
 15. Свентах А. Виклики «Промоції літератури в Україні» / А. Свентах // День. — 2015. — 27–28 лютого. — С. 23.
 16. Словник іншомовних слів / уклад. : О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. — К. : Довіра, 2006. — 789 с. — (Словники України).
 17. Строкович Г. В. Управління проектами : підруч. для студ. екон. спеціальностей / Г. В. Строкович. — Х. : Вид-во НУА, 2013. — 220 с.

18. Хлопчук Т. Букросинг та флешмоб у системі новітніх маркетингових стратегій промоції книги / Т. Хлопчук. — Режим доступу : <http://journal.osnova.com.ua/download/44-54-50833.pdf>.
19. Читання в Україні. Результати комплексного соціологічного дослідження. — Режим доступу : http://www.slideshare.net/pro_mova/pro-movareadingsurveypresentation-final%20.
20. Читання в Україні: престиж, культура, інфраструктура / Л. Фінберг, М. Гримич, О. Коваль та ін. // Україна модерна. — 2015. — С. 8–54.
21. Чорна І. В. Букросинг — світ мандруючих книг / І. В. Чорна. — Режим доступу : <http://journal.osnova.com.ua/download/44-54-50833.pdf>.
22. Шлепакова Т. Л. Промоція літератури та читання. Сучасний досвід України / Т. Л. Шлепакова. — Режим доступу : http://www.nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2015/temat.pdf.
23. Якубенко Я. А. Книга в структурі соціокомунікативної діяльності / Я. А. Якубенко // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. — 2013. — № 3 (44). — С. 16–21.

REFERENCES

1. Decree on the Media of social communications inter mirica solemnly promulgated by his holiness pope paul vi on december 4, 1963. Chapter I. [Article] 3. Retrieved from http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirica_en.html (in English).
2. «Magnum Opus» predstavyyv Poltavu na konhresi z promotsii literatury. Retrieved from <http://poltava-dumka.info> (in Ukrainian).
3. 21–22 liutoho u kyivskomu klubi «Nash Format» vidbudetsia Konhres «Promotsiia literatury v Ukraini». Retrieved from <http://litcentr.in.ua/news/2014-12-29-3172> (in Ukrainian).
4. Bulakh, T. (2014). Pidtrymka chytannia yak zaporuka rozvytku knyzhkovoho biznesu: suchasnyi vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid. Visnyk of Lviv National University, Series Bibliol. Libr. Stud. Inform. Techn. 8, 312 – 317 (in Ukrainian).
5. Zakryta knyha. V Ukraini znykaie kultura chytannia. Retrieved from <http://ua.korrespondent.net/journal/1554595korrespondent-zakrita-kniga-v-ukrayini-znikaie-kultura-chitannya> (in Ukrainian).
6. Zrazhevskia, N. I. (2012). Rozuminnia mediakultury: komunikatsiia, postmodern, identychnist, ideolohii, media kontrol. Cherkasy: Publisher Chabanenko Yu. (in Ukrainian).
7. Kopystynska, I. M. (2015). Zasoby promotsii knyzhkovykh vydan: dosvid nezalezhnoi Ukrainy. Scientific notes [the Ukrainian Academy of Printing]. Series Social communication. 1, 37–46 Retrieved from http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzck_2015_1_7.pdf (in Ukrainian).
8. Kravchenko, S. Chytannia yak sotsiokulturnyi fenomen v epokhu hlobalizatsii: sprobа osmyslennia ta prohramno-tsilovi pidkhody. Retrieved from http://yunistyliv.rv.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=360&Itemid (in Ukrainian).
9. Lystvak, G. (2015). Doslidzhennia chytannia v Ukraini: rezultaty i znachennia. Scientific notes [the Ukrainian Academy of Printing]. Series Social communication. 2, 296–302 (in Ukrainian).

10. Lozynsky, A.-L. (2015). Avtor, vydavets, chytach — problema vzaiemodii v tsyfrovu epokhu. Scientific notes [the Ukrainian Academy of Printing]. Series Social communication. 1, 265–271 (in Ukrainian).
11. Naikrashchi dosiahnennia u populiaryzatsii chytannia. Retrieved from <http://bookplatform.org/uk/resources/137-best-practices-report-on-reading-promotion.html> (in Ukrainian).
12. Pysarenko, V. Ukrainski proekty, yaki populiaryzuiut chytannia. Retrieved from <http://pysarenko.com.ua/uk/ukrayinski-proekti-yaki-populyarizuyut-chitannya/> (in Ukrainian).
13. Pro skhvalennia Kontseptsii derzhavnoi polityky shchodo rozvytku natsionalnoi vydavnychoi spravy ta populiaryzatsii chytannia na period do 2020 roku. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/111-2016-%D1%80> (in Ukrainian).
14. Prohrama pidtrymky i rozvytku chytannia v Ukraini: Shcho potribno zrobyty? Retrieved from <http://izvestia.kiev.ua/item/show/73358> (in Ukrainian).
15. Sventakh, A. (2015). Vyklyky «Promotsii literatury v Ukraini». Denj, 27–28 Feb, 23 (in Ukrainian).
16. Scopnenko, O. & Tsymbaliuk, T. (Egs.) (2006). Slovyk inshomovnykh sliv. Kyiv: Dovira (in Ukrainian).
17. Strockovych, G. (2013). Upravlinnia proektamy. Kharkiv: Publisher NUA (in Ukrainian).
18. Khlopchuck, T. Bukkrosynh ta fleshmob u systemi novitnikh marketynhovyykh stratehii promotsii knyhy. Retrieved from <http://journal.osnova.com.ua/download/44-54-50833.pdf> (in Ukrainian).
19. Chytannia v Ukraini. Rezultaty kompleksnoho sotsiolohichnoho doslidzhennia. Retrieved from http://www.slideshare.net/pro_mova/pro-movareadingsurveypresentation-final%20 (in Ukrainian).
20. Chytannia v Ukraini: prestyzh, kultura, infrastruktura (2015). Ukraina moderna, 8–54 (in Ukrainian).
21. Chorna, I. Bukkrosynh — svit mandruiuchykh knyh. Retrieved from <http://journal.osnova.com.ua/download/44-54-50833.pdf> (in Ukrainian).
22. Shlepakova, T. Promotsiia literatury ta chytannia. Retrieved from http://www.nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematchi_oglyadi/2015/temat.pdf (in Ukrainian).
23. Yackubenko, Ya. (2013). Knyha v strukturi sotsiokomunikatyvnoi diialnosti. Scientific notes [the Ukrainian Academy of Printing]. Series: Social communication. 3, 16–21 (in Ukrainian).

STUDYING OF WAYS TO PROMOTE READING ON THE MATERIAL OF REGIONAL SOCIO COMMUNICATION PROJECT

L. I. Solodka

*Bohdan Khmelnytsky Cherkasy National University,
81, Shevchenko Blvd., Cherkasy, 18031, Ukraine
li08@ukr.net*

The purpose of the article is exploring the diversified experience of reading support in modern conditions particularly important for searching new ways to attract the

attention and create the positive attitude to the book as an important component of the cultural, professional and intellectual enriching of the human. Based on different area studios understanding in publishing, marketing, social communication etc., the essence of the concept "social communication project" has been interpreted, its content markers (unicity of functions and topics, focus on a specific recipient and the particular purpose) has been eliminated. Specific of the definitions "reading", "culture of reading", "book communication" and "book crossing" has been determined. In the regional dimension the activity of the socio-cultural project of the reader club "Freebook" based on the modern youth intellectual movement Book Crossing in the effective promotion of reading has been analysed. The impact of the cultural message of the community to the audience including the formation of public opinion about the culture of reading has been studied.

Keywords: *social communication project, social communication, culture of reading, book communication, book crossing, reading in the modern world, promotion of reading, reading among young people.*

Стаття надійшла до редакції 17.06.2016.

Received 17.06.2016.