

КНИЖНЫЕ ИЗДАНИЯ И СМИ: ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ

С момента своего появления книга считалась настоящим сокровищем. Особую ценность ей придавало то, что там хранились знания и опыт многих людей. На страницах книги фиксировались открытия и изобретения, новые знания, древние секреты, а также безграничный мир полета человеческой фантазии. Однако появление электронных СМИ, а именно радио и телевидения, изменило ее положение. Огромное количество разнообразной информации стало доступным каждому обладателю телевизора или компьютера. Казалось бы, книга отжила свое. Но, как говорится, не было бы счастья, да несчастье помогло. Такой поворот событий принес и свои плюсы в существование и развитие книжной продукции.

В современном мире книга тесно связана с электронными СМИ, в том числе телевидением и радио. С одной стороны, она вынуждена конкурировать с электронными СМИ, в частности и с телевидением как наиболее популярным носителем информации. С другой же стороны, средства информации и книга находятся в постоянном взаимодействии.

Взаимоотношения между книжным изданием и телевидением можно разделить на несколько категорий.

Во-первых, книга может выступать на телевидении как объект для рекламы. В данном случае она рекламируется, как и любой другой товар. Сделано это может быть разными способами. Наиболее популярным является съемка рекламных роликов. Книга может быть прорекламирована при помощи телевизионных заставок и репортажей [6].

Основная цель рекламы книги – проинформировать зрителя о недавно вышедшей книге, неизвестном доселе писателе или новом жанре. Самым простым вариантом реализации данной цели является сообщение о событии в новостных программах. В Беларуси такое явление не совсем популярно, но и здесь есть свои исключения. Еженедельно на канале ОНТ в эфире передачи «Наше утро» приглашенный гость рассказывает всем телезрителям о новинках в сфере книжного дела. Здесь рассматриваются в основном художественные издания. Наибольшее внимание уделяется бестселлерам. Например, в одном из эфиров рассматривалась книга Д. Мойес «После тебя». Так как издание является вторым по счету в серии, у него уже был сформирован определенный круг читателей, но информирование о книге в новостях вызвало еще больший интерес со стороны зрителей.

Реклама книг может нести и отрицательный характер. А. Шаталов, ведущий единственной некоммерческой программы о книгах на телеканале «Культура», в одном из своих интервью отметил: «Крупнейшие книготорговые организации в этих магазинах на диванах рекламируют свою собственную ущерб-

ную продукцию. Даже более или менее сносные с точки зрения текста книги очень плохо исполнены полиграфически, не имеют никакого справочного аппарата...» [5].

В качестве еще одного примера рекламы книг на белорусском телевидении можно привести рекламу Книжного клуба, которую можно увидеть на телеканалах ОНТ и «Беларусь-2». Объектом рекламы здесь, прежде всего, выступает Книжный клуб в целом. Реклама непродолжительная, но при этом емкая. Также в ней указывается интернет-адрес Книжного клуба, где можно поподробнее ознакомиться со всеми новинками.

Больших усилий требует создание передачи о книгах, литературе или каком-то отдельном писателе. Такая практика получила развитие в Америке и странах Европы. Например, популярное на весь мир американское телевизионное ток-шоу *Оран*, созданное и произведенное О. Уинфри. В Беларуси аналога этого шоу нет. Однако на российском телевидении снимается проект «Книги на Дожде». Из названия понятно, что данный проект идет на российском телевизионном канале «Дождь». Данный проект ведет один из лучших в России литературных критиков Н. Александров. Влюбленный в свою профессию, он заряжает зрителей желанием все знать и все прочитать. Вместе с ним создается уникальная библиотека «Дождя», собрание интеллектуальной литературы, которым хочется делиться. В телеэфирах рассказывается о самых разных книгах, о книгах из разных эпох и стран, об авторах-лауреатах Пулитцеровской премии, премии «Букер», о русской классике, всегда актуальной, современной русской литературе, мемуарах, всех литературных трендах, книгах, которые станут трендами, о литературных ожиданиях [3].

Интересной задумкой российского телевидения, а именно канала «Мир и дитя», стала телевизионная программа «Книжная лавочка». Идея передачи заключается следующего: «В каждой семье, где есть дети, родители рано или поздно сталкиваются с вопросом формирования детской библиотеки. Обычно знают Михалкова, Барто и... всё! А ведь современная детская литература – это огромный мир, со множеством великолепных авторов и художников». Сориентироваться в лучших новинках и переизданиях, привить вкус к хорошему чтению помогают две сменных ведущих – С. Дындыкина и Н. Кочеткова. Каждый выпуск посвящен конкретной теме – «Мир эмоций», «Книги для девочек», «Я познаю мир», «Разные семьи», «Художники детям» и т. д. За 20 мин ведущие успевают представить несколько книг, предлагая зрителю не только и не столько рассказ о сюжете, сколько рекомендацию, в какой ситуации и какому ребенку эта книга будет интересна и полезна. В середине программы в студию появляется гость – автор, художник, издатель, психолог или ученый, – который дополняет список предложенных книг своими рекомендациями и рассуждает на тему, почему именно эти книги обязательно должны быть в домашней библиотеке [4].

В эфире российского телеканала «РНА Новости» можно увидеть программу «Я читатель», в которой проводится анализ новинок литературы, отечественной и зарубежной, даются рекомендации, какие книги стоит прочитать, а какие – нет.

Фильмы о писателях – явление редкое на белорусском телевидении, но заслуживающее своего внимания. Так, в 2012 г. телеканалом «Беларусь-5» был выпущен документальный фильм «Адвечная песня. Янка Купала», посвященный 130-летию поэта. Современные кинодокументалисты обратились к образу Я. Купалы только через 20 лет после его смерти. С 1970 г. белорусское телевидение регулярно создает программы, фильмы и спектакли, в основе которых лежит драматургия писателя, его поэзия, публицистика и биография. В архиве Белтелерадиокомпании хранится около пяти десятков видеокассет, которые так или иначе связаны с именем великого поэта. Над этими программами, фильмами и спектаклями работали лучшие телевизионные режиссеры, операторы, художники, актеры, а также режиссеры наших академических театров. И у каждого из них был и остается свой Купала [2].

Во-вторых, книга может служить основой, на которой создается что-то новое. На телевидении – это экранизации литературных произведений. Например, на телеканале «Беларусь-2» планируется экранизация «Двое из ларца». Фильм «Дело Голдберга» по мотивам произведения В. Болучевского. Премьера состоится на телеканале 27 марта 2016 г. в качестве многосерийного сериала.

Важно заметить, что продвижение книжной продукции происходит не только на телевидении, но и на радиостанциях. Например, белорусская радиостанция Альфа Радио проводила в 2012 г. конкурс на лучший сценарий рекламы книги и чтения «Двигай книгу!» [1].

На конкурс принимались тексты объемом до 50 слов, которые могли быть посвящены как чтению в целом, книге, ее роли в жизни человека и общества, так и конкретным произведениям мировой литературы (например, можно было попытаться прорекламировать «Дзікае паляванне караля Стаха», «Анну Каренину» и др.). По лучшим сценариям записывались ролики, которые впоследствии транслировались на радио- и даже телеканалах.

Подводя итог, хотелось бы еще раз отметить, что в современном мире книжные издания и электронные средства массовой информации тесно связаны и во многом помогают друг другу. Правда, работники телевидения (в особенности белорусского) неохотно обращаются к книге, сомневаясь, что она заинтересует массу зрителей. В то же время издатели активно используют те возможности, что открылись для них с появлением электронных СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Режим доступа: <http://www.svoboda.org/programindex.aspx>. – Дата доступа: 21.02.2016.
2. Режим доступа: <http://news.arche.by/by/page/video/16183>. – Дата доступа: 21.02.2016.
3. Режим доступа: <https://tvrain.ru/teleshov/books/>. – Дата доступа: 21.02.2016.

4. Режим доступа: http://libnvkb.ru/index.php?dn=info&pa=-knigi_i_chtenie. – Дата доступа: 21.02.2016.

5. Шаталов, А. В каком-то смысле я уникален... На телеканале «Культура» появился выход единственной в России некоммерческой программы о книгах / А. Шаталов // Ex libris. – 2000. – № 4. – С. 1.

6. Шишкіна, Н. И. Способы продвиження печатной продукции издаючими організаціями Республіки Беларусь / Н. И. Шишкіна // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А. А. Куляшова. – Серыя D, Эканоміка. Сацыялогія. Права. – 2013. №2 (46). – С. 39–46.

In the material reflects the relationship book with modern electronic media information. Ways of presenting book as an advertising object on TV and Radio have been studied. The place of book in a current information and communications environment has been discussed.

Яцечко-Блаженко Т.В., Рудянин И.П. (Шупр)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Одним из главных видов культурной деятельности человека, который влияет на познавательный интерес, профессиональный и культурный уровень развития человека, является чтение. Сегодня чтение играет одну из главных ролей в формировании личности, способствует углублению знаний как профессиональных, так и общеобразовательных, расширению мировоззрения, развитию интеллекта, формированию нравственных качеств. В большинстве случаев при подготовке к самостоятельным занятиям на историческом факультете Восточноевропейского национального университета им. Л. Украинки, печатная книга заменяется электронной. Но это не значит, что традиционная книга утратила свое значение, ведь она остается одним из важнейших информационных источников.

Электронные книги предоставляют возможность повысить степень индивидуализации и разнообразить процесс обучения, обеспечить организацию контроля и самоконтроля за уровнем знаний студентов.

Преподаватель своей дисциплины рассматривает электронную книгу как автоматизированный вариант печатного издания с сохранением структуры и за счет применения информационных технологий позволяет расширить ее познавательности. Применение компьютера, ноутбука или планшета позволяет добавить в электронную книгу полный комплекс мультимедийных функций (графика, аудио, видео).

Кроме этого, важно заметить, что электронные книги компактные при хранении на различных магнитных и оптических носителях, мобильные при переносе и передаче по локальной сети или сети Интернет. Самые простейшие