



Центральная городская
библиотека г. Мурманска

Алла МИЦУРО,
заведующая отделом
развития и связей
с общественностью

УСПЕТЬ ЗА 60 СЕКУНД

● «ВК КЛИПЫ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИТЕРАТУРЫ И НАУКИ

В последние три года у нас произошёл грандиозный прирост видеоконтента. Мы стали размещать в группе ЦГБ г. Мурманска «ВКонтакте» подкасты, буктрейлеры, релизы прошедших мероприятий. В результате у сотрудников появился опыт написания сценариев, съёмки и монтажа. Однако до некоторых пор в копилке не было вертикальных коротких видео. Но с прошлого года специалисты освоили возможности платформы «VK Клипы», добавив познавательный, развлекательный и репутационный контент. Сейчас в процессе реализации находятся три проекта — «Читаем дальше», «Библиотека за 60 секунд», «Что-то на научном», — о которых и пойдёт речь в статье.

ПРЕИМУЩЕСТВА СЕРВИСА

«ВКонтакте» активно продвигает вертикальные короткие видео, постоянно расширяя функционал платформы, чтобы уникальный контент не «застрял» в недрах сообщества, а попал в общую ленту рекомендаций, причём в приоритетном порядке, — алгоритмы продвигают видео этого формата в первую очередь. Ценно также то, что преимущественно сервисом пользуется молодёжь от 18 до 35 лет, которая является и нашей целевой аудиторией. Кроме того, «VK Клипы» позволяют:

- 🕒 выйти за пределы своего сообщества;
- 🕒 привлечь новых подписчиков;
- 🕒 повысить вовлечённость пользователей.

Тем, кто планирует снимать короткие вертикальные видео, необходимо определиться с тематикой; узнать, какие сюжеты наиболее привлекательны для аудитории соцсетей. Опытным путём мы определили для себя три основных тематических направления: клипы из серии POV, имиджевые и познавательные ролики. Расскажем о каждом из них подробно.

В роликах формата POV (от англ. point of view, то есть точка зрения определённого человека на что-то) повествование идёт от первого лица. В кадре рассказывается история, которая произошла с самим героем или с кем-то из его знакомых.

ПРОЧЁЛ САМ И ДРУГИМ СОВЕТУЮ

Почему жанр POV так популярен? Пользователи соцсетей любят каналы блогеров, где те делятся опытом путешествий, впечатлениями о прочитанных книгах. Слушать и смотреть их интересно благодаря харизме ведущего, его умению увлекательно и живо рассказывать о событиях и явлениях. Благодаря эмоциональной подаче, простому языку, личным наблюдениям автора зрители испытывают доверие к нему. Каждое видео они воспринимают как совет друга.

А почему бы не последовать примеру блогеров? Мы так и сделали: в 2024 г. в группе ЦГБ г. Мурманска стали выкладывать клипы, созданные в рамках проекта «Читаем дальше». Его автором стала сотрудница отдела развития и связей с общественностью Александра Селякова, победительница областного конкурса «Лучший молодой библиотекарь Мурманской области — 2025».

Цикл роликов направлен на продвижение качественной литературы среди молодёжи, а в долгосрочной перспективе — на формирование хо-

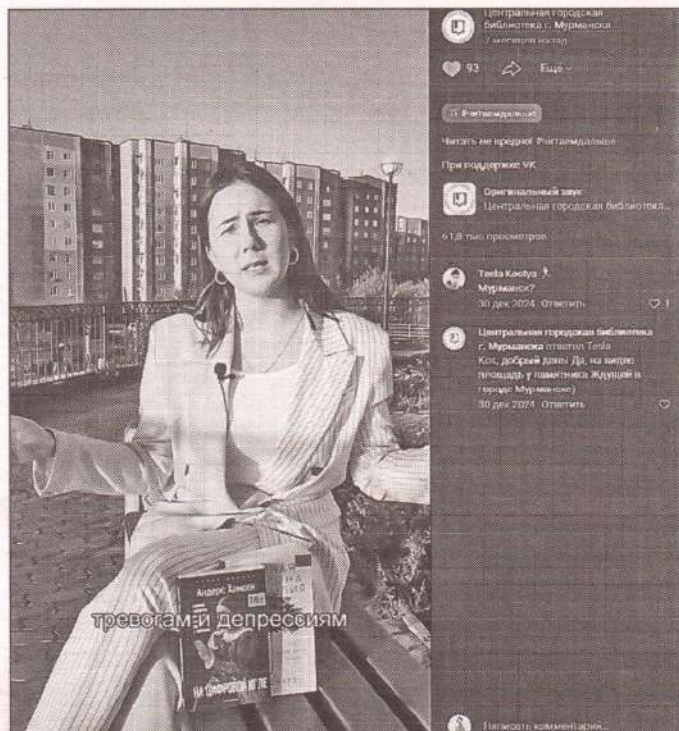


■ Ведущие цикла «Читаем дальше» точно знают, что позволит создать новогоднее настроение. Библиотекарь Библиотеки-филиала № 25 Серафима ПАНОВА выбрала для себя книгу Фредрика Бакмана

рошего литературного вкуса. Этот проект — наш первый опыт не только съёмки коротких вертикальных видео, но также использования инструмента «VK Клипы», весьма актуального в настоящее время.

Обзоры литературы в социальных сетях — явление не новое. Но книжные блогеры, собирающие миллионную аудиторию, в большинстве случаев не имеют ни профессионального образования, ни опыта работы в области книгоиздания, ни писательского дара. В рекомендациях они ориентируются на собственные вкусы и предпочтения. И хотя оценки авторов субъективны, к их мнению всё же прислушиваются, поскольку свои суждения они высказывают неформально и простым языком.

В соцсети «ВКонтакте», в разделе «Клипы», размещаются вертикальные видео продолжительностью до 1 минуты, которые отображаются в отдельной ленте. В приложении для смартфона этот сервис находится в нижнем меню, а в веб-версии — в левом. Используется традиционная система рекомендаций: в первую очередь показывается всё самое интересное и популярное. Изначально ролики могли публиковать только пользователи со своих личных аккаунтов, но сегодня такая возможность есть и у модераторов сообществ.



■ Среди наиболее популярных оказался ролик, посвящённый осознанному потреблению. Советы, как бороться с гаджетоманией и заботиться о природе, собраны в обзоре заведующей отделом по работе с молодёжью Библиотеки-филиала № 5 Елизаветы ПАРНОЙ

Напротив, книжные обзоры от библиотекарей зачастую скучны, затянуты и формальны, поскольку обычно основу роликов составляют аннотации и цитаты из рецензий.

При создании видео в рамках проекта «Читаем дальше» авторы взяли лучшее у блогеров (личный подход, краткость), при этом использовали собственные профессиональные навыки и опыт. В результате получились клипы, где качественные книги рекомендуются живо, ярко и с юмором. Просматривая их, подписчики всегда будут знать, какое произведение им стоит прочесть.

Обзоры готовят сотрудники разных библиотек ЦГБ г. Мурманска. Все они умеют подобрать качественную литературу, обладают харизмой и обаянием. Каждый имеет свободу самовыражения: специалист сам выбирает книги, пишет при-

мерный сценарий. А за съёмочный процесс и монтаж отвечает режиссёр ролика. Повествование ведётся от первого лица. Автор объясняет, по каким причинам ему нравится то или иное произведение, чем оно его зацепило, как повлияло лично на него.

Проект помогает привлечь не читающую аудиторию, которая интересуется в первую очередь различными жанровыми играми, фильмами и анимацией. Поэтому в центре внимания оказывается в том числе визуальная литература.

Так, первые клипы были посвящены комиксам, созданным в жанре космической фантастики по мотивам творчества Роберта Хайнлайна; произведению Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери» (сравнивались традиционный роман и графический); альбому и рисованным историям, посвящённым искусству; серии о Майоре Громе в разных вариантах изложения (в виде художественной книги и комикса). За время реализации проекта авторы прорекламировали образцы детективов, фантастики, научно-популярной литературы, мемуаров. Наибольшее внимание аудитории «ВКонтакте» привлёк нон-фикшн. Рассмотрим тройку лидеров.

I место. Самым популярным клипом, набравшим на данный момент почти 62 тыс. просмотров, стал ролик об осознанном потреблении и экологии. В нём специалист Зелёной библиотеки (одна из ключевых задач этого подразделения — прививать любовь к природе) представила книги о борьбе с гаджетоманией (А. Хансен «На цифровой игле») и загрязнением окружающей среды (Х. Джарен «Тёмная сторона изобилия»). Съёмка велась летом на фоне залива и достопримечательности микрорайона — памятника «Ждущей». Актуальная тема, красивая картинка, харизматичный ведущий помогли ролику выйти в лидеры.

II место. Клип о книгах, раскрывающих психологию человеческих взаимоотношений, посмотрели 55,5 тыс. пользователей. Здесь представлены: «Семейное счастье» Л.Н. Толстого, «Нетерпение сердца» С. Цвейга, «Расстояние

Клипы цикла «Читаем дальше» подойдут тем, кто ищет аналог любимому произведению (автору) или же тяготеет к определённому жанру, не обязательно литературному. Скажем, поклонники той или иной компьютерной игры могут открыть для себя, что она сделана по какой-либо книге.

между мной и черешневым деревом» П. Перетти. Оригинальности сюжета добавили элементы театра теней.

III место. Обзор, посвящённый графическому роману К. Томпсона «Одеяла» о проблеме отцов и детей, который рекомендуется к прочтению вместе с хрестоматийным произведением Ивана Сергеевича Тургенева, набрал почти 43 тыс. просмотров.

Пользователи не только смотрят ролики, но и ставят лайки, делают репосты, а также делятся в комментариях своими любимыми книгами представленного жанра или автора (об этом библиотекари просят в конце каждого видео). Наибольшее количество рекомендаций собрал клип о произведениях, которые дарят новогоднее настроение. В кадре состоялась «битва» между сотрудницами, прочитавшими «Тревожных людей» Фредрика Бакмана и «Санта-Хрякус» Терри Пратчетта. В комментариях победила вторая книга. Ролик набрал 127 лайков, 32 репоста и 42,2 тыс. просмотров.

На данный момент в цикле «Читаем дальше» вышло 30 клипов. За время реализации проекта количество подписчиков сообщества увеличилось на 1000 человек, а процент молодёжи возрос до 15 от общего состава группы. Благодаря большому числу просмотров укрепляется статус паблика и повышается охват пользователей, причём не только в сети.

Первый опыт съёмки коротких роликов доказал, что библиотечный контент может быть привлекательным и популярным, если подавать материал кратко и доступным для целевой аудитории языком. Главное — рекомендовать действительно стоящие произведения. Тогда видео будут не только развлекать, но и формировать литературный вкус.

НАЙТИ БИБЛИОТЕКУ ПО ДУШЕ

По результатам исследований на третьем месте по популярности после видео- и аудиоматериалов находится контент, отражающий ценности компании или организации. В стратегию развития социальных сетей его включают 48 процентов маркетологов, поскольку потребители живо им интересуются. Рассказывая о рекламной продукции, мерче, корпоративной культуре и философии бренда, сотрудников и их функциях, специалисты стремятся создать определённую репутацию учреждения.



■ В клипе о проблемах отцов и детей «в паре» с шедевром И.С. Тургенева заведующий Библиотекой-филиалом № 25 Игорь КОНЧАКОВСКИЙ предложил взять графический роман К. Томпсона «Одеяла»

Эта цель стоит и в рамках проекта «Библиотека за 60 секунд», автор которого — библиотекарь отдела развития и связей с общественностью ЦГБ г. Мурманска Татьяна Дубинкина. В каждом обзоре специалист в неформальной манере рассказывает об одном из наших подразделений, наглядно обозначает его местоположение (буквально показывает, как добраться до библиотеки), говорит о широких возможностях для полезного и интересного досуга, показывает сотрудников в процессе работы и внутреннюю жизнь филиала.

Качество роликов, созданных в рамках цикла «Читаем дальше», было высоко оценено на всероссийском уровне — в 2024 г. инициатива получила поддержку от «ВК Грантов». Призом стали 87 тыс. рекламных единиц (виртуальных денег, которые пошли на таргетинг — продвижение клипов среди целевой аудитории, а также привлечение новых подписчиков в группу библиотеки). В 2025 г. проект участвовал в конкурсе «Росмолодёжь. Микрогранты».



■ Библиотекарь отдела развития и связей с общественностью ЦГБ г. Мурманска Татьяна ДУБИНКИНА лично интересуется, что имеется в фонде Библиотеки комиксов...



...и чем можно заняться в Зелёной библиотеке

У нас функционируют гончарные мастерские, звукозаписывающие студии, фитолaborатории, студии анимации, имеются графические планшеты, сенсорные комнаты для отдыха и многое другое. Задача проекта — просто и быстро рассказать об этом, убедить, что каждый может найти библиотеку по интересам и в пешей доступности от дома, а также продемонстрировать нашу готовность к диалогу.

Съёмка осуществляется в формате тревел-блога от первого лица — сотрудница ведёт репортаж, примеряя на себя роль читателя. Она ищет библиотеку, находит её, а затем бродит по залам,

рассматривая всё вокруг. Прыгает в сухой бассейн, лазает на скалодроме, сажает семена, отдыхает на мягких подушках с комиксом в руках, листает книги. То есть ведёт себя, как обычный человек, показывая, что у нас можно не только читать.

Яркая картинка и позитивная атмосфера клипа превращают скучное перечисление услуг в привлекательный рекламный ролик, что вызывает доверие у горожан и желание последовать примеру ведущей. А благодаря эффекту полёта камеры по залам у пользователя возникает ощущение, что он находится там в компании с автором.

На данный момент вышло три видеоэпизода — о Зелёной библиотеке, Библиотеке комиксов и Арт-библиотеке. Все они получили широкий отклик аудитории. Нам приятно читать восхищённые комментарии подписчиков о потрясающих возможностях ЦГБ г. Мурманска, о сотрудниках, оснащении. С радостью узнаём, что после просмотра роликов многие решают вживую посмотреть на увиденное в кадре. Значит, клипы эффективны в привлечении читателей — и работу необходимо продолжать. В дальнейшем планируем подготовить выпуски о других библиотеках системы.

О ФОРМУЛАХ И ДАЛЁКИХ ПЛАНЕТАХ

Проект «Что-то на научном» — ещё одна инициатива специалиста отдела развития и связей с общественностью Александры Селяковой, которая реализуется при участии библиотекарей филиалов. Его цель — увлекательно и доступно рассказать о достижениях в области физики, химии, биологии и др., об открытиях отечественных и зарубежных учёных. Ошибочно считать, что это нужно только тем, кто имеет способности к естественным и техническим дисциплинам. Такие знания необходимы и гуманитариям.

Сериал «Теория большого взрыва» отлично продемонстрировал, как околону научная комедия

Клипы из серии «Библиотека за 60 секунд» представляют собой имиджевые ролики, которые показывают доступность подразделений ЦГБ г. Мурманска, их индивидуальность, но при этом целостность. Создание такого цикла — наш первый опыт реализации масштабного проекта, объединившего все филиалы.

Новые форматы — это всегда новые возможности. Благодаря постоянной практике можно научиться делать клипы достаточно высокого уровня, используя подручные ресурсы (библиотечные и личные), а также доступную технику: для съёмки — смартфон с хорошей камерой; для монтажа — бесплатный видеоредактор SurCat; для записи звука — недорогой микрофон-петличку, который крепится к одежде. Залог успеха здесь — умение подавать информацию кратко, доступно и с юмором.



■ Ярko и увлекательно сотрудники не только представляют сюжеты художественных произведений, но и погружают в науку. Например, об атмосфере на поверхности Марса рассказывает заведующий Библиотекой-филиалом № 7 Максим НАЙДЕНОВ

может поднять престиж физики. Зрители, конечно, не стали разбираться в ней лучше, но выражения «теория струн», «кот Шрёдингера», «эффект Доплера» запомнили, и, возможно, кого-то это мотивировало на изучение естественных законов и сложных формул.

Если плохо учиться в школе, то весь мир кажется чудом. Любое явление, возникающее под воздействием ряда природных факторов, будет вызывать изумление. Поэтому многие люди хотят разобраться в физиологии, узнать о достижениях в области медицины, космоса и др., вследствие чего нон-фикшн становится чрезвычайно популярным, даже среди совсем мало читающих.

Но способны ли библиотекари в должной мере изучить ту или иную тему и преподнести материал доступно? Как показала практика, вполне! При подготовке очередного эпизода специалисты сами выбирают сферу, которая им интересна, изучают факты, обрабатывают информацию и пишут сценарий. Ролики снимаются на смартфон в помещениях библиотек, где работают сотрудники, ответственные за тот или иной эпизод.

В кадре оказывается библиотекарь, но картинка не остаётся статичной — ракурсы постоянно меняются, время от времени на экране появляются видеовставки (например, с изображением формул или панорамы Марса). Энергичное повествование

и подходящая фоновая мелодия позволяют удерживать внимание пользователя, чтобы он досмотрел клип до конца. В конце каждого видео рекомендуются книги соответствующей тематики. Материал подаётся сжато, увлекательно, с юмором. Обязательно указываются источники информации — официальные научные паблики, журналы.

На данный момент вышло три клипа — о новых звёздах, жизни на Марсе и квантовом компьютере. Аудитория положительно отзывается не только о содержании роликов, но и о качестве работы режиссёра и монтажёра, чьё мастерство постоянно растёт.

Создавая короткие вертикальные видео, мы обогащаем наш паблик полезной информацией: рассказываем о возможностях библиотек и интересных книгах, приглашаем поучаствовать в жизни учреждения, таким образом внедряя познавательный-развлекательный и репутационный контент.

Ролики в юмористической доступной манере продвигают не столько услуги ЦГБ г. Мурманска, сколько саму идею чтения и посещения библиотеки как интересного и «модного» места, которое прекрасно вписывается в жизнь современного человека. Технология съёмки несложная в освоении, а приобретённые навыки позволят сделать работу более эффективной. Клипы подарят свободу самовыражения и возможность укрепить имидж учреждения. Попробуйте, вам понравится!