

Утверждаю



Директор МБУК «ЦГБ»

С.Е. Исаева

Муниципальное бюджетное учреждение культуры

«Центральная городская библиотека г. Мурманска»

## «BookTime»

*проект по продвижению чтения в видеоформате*

183014, г. Мурманск, пр. Кольский, д. 93

8(8152)53-87-67, 53-86-02

cmoop@murmanlib.ru

2019 г.

**Полное название библиотеки:**

муниципальное бюджетное учреждение культуры  
«Центральная городская библиотека г. Мурманска» (МБУК «ЦГБ»).

**Название проекта:** «BookTime».

**Авторы проекта:**

Альхименок М.Д., гл. библиотечный работник ЦМООП;  
Шекула С.А., метод. ЦМООП;  
Черная И.Ю., метод. ЦМООП.

**Руководитель проекта:** Исаева С.Е., директор МБУК «ЦГБ».

**Координаторы проекта:**

Альхименок М.Д., гл. библиотечный работник ЦМООП;  
Шекула С.А., метод. ЦМООП;  
Черная И.Ю., метод. ЦМООП.

**Участники проекта:** центр методического обеспечения и обучения персонала (ЦМООП), интересные собеседники.

**Срок реализации:** ноябрь 2019 года – декабрь 2020 года.

**Целевая аудитория:** пользователи социальной сети Вконтакте.

**Решаемая проблема**

Создание официальных аккаунтов МБУК «ЦГБ» в социальных сетях послужило поводом задействовать новые ресурсы для продвижения чтения и привлечь к этому целевую аудиторию. В 2018 году был разработан проект «Я читаю с mymanlib», в 2019 – «Настроение: Читать!». В каждом проекте от участников ожидалась какая-либо активность, необходимость выполнять условия акции, приходить в библиотеку, отвечать на вопросы. Однако участие в таких проектах принимал достаточно узкий круг людей.

Были вложены финансовые средства в призовой фонд и рекламу, в то время как некоторые пользователи не участвуют в библиотечных акциях не в силу неосведомленности, а по нежеланию (из-за условностей, отсутствия мотивации, стереотипного представления о библиотечных мероприятиях и др.).

Не всегда можно оценить, насколько сами библиотекари заинтересованы в рекламе и привлечении участников к акциям. Анализ реализованных проектов показал, что задача рекламы чтения в процессе данных проектов решалась, но оценить положительное влияние на имидж библиотеки от проделанной работы достаточно сложно.

Кроме этого, в течение двух лет велась работа по созданию видеоинтервью с интересными людьми, которые публиковались в группе Вконтакте. Сотрудником ЦМООП совместно с сотрудником ОА было записано 6 интервью, участниками которых стали историк, путешественник, актер, писатель, музыкант и представитель Баренц-секретариата. Продолжительность готовых видеоинтервью составила от 9 до 40 минут, количество лайков видеопостов: от 10 до 48, а просмотров – от 250 до 1783. Проанализировав собранную информацию, можно прийти к выводу, что видеопосты вызывают достаточный интерес пользователей, но в разной степени пользуются популярностью: более интересны интервью с публичными людьми, меньшей продолжительностью и на простые темы.

В связи с увольнением сотрудника с образованием журналиста и узнаваемым стилем общения, который проводил интервью, возникла необходимость изменить подход к деятельности по созданию эксклюзивного видеоконтента.

В 2020 году предлагается реализовать проект, который будет осуществлен на основании опыта, полученного в процессе записи видеоинтервью, и станет продолжением создания уникального контента в видеоформате Вконтакте. При поиске идеи учитывалось, что в современных условиях важно не только само продвижение чтения и реклама книг, но и тот формат, в котором это происходит. Всем известен «эффект школьной программы», который надолго отбивает у многих желание читать классическую литературу. Реклама чтения должна также положительно влиять на имидж библиотеки, создать свой стиль. И если образ библиотеки будет вызывать доверие пользователей, то они захотят и читать, и чаще посещать это место.

В новом проекте от наших пользователей не потребуется ничего, кроме нескольких минут их свободного времени, причем удаленно, не выходя из дома. Проект будет направлен на продвижение чтения и создание положительного имиджа библиотеки. Имиджа, основанного на доверии и открытости, смелости библиотеки честно, а может, и критично посмотреть на себя и предложить своему читателю общение на равных. Название проекта «BookTime» выбрано не случайно и подчеркивает, что время, которое читатели уделяют просмотру видеороликов, для нас ценно и будет полностью посвящено книгам. Название выбрано в английском варианте, что органично будет существовать в социальных сетях и привлекать внимание молодежной аудитории.

Для реализации проекта выбрана социальная сеть Вконтакте, т.к. в ней был осуществлен опыт публикации видеоинтервью, инструменты снятия статистики позволяют оценить эффективность.

**Цель проекта** – продвижение чтения в видеоформате и содействие формированию положительного имиджа библиотеки.

**Задачи:**

- стимулирование интереса читателей к библиотеке;
- реклама литературных произведений из фонда МБУК «ЦГБ»;
- привлечение новых подписчиков Вконтакте;
- сотрудничество с известными людьми города, интересными собеседниками;
- создание эксклюзивного видеоконтента для группы Вконтакте.

**Краткое описание проекта**

В 2020 году предлагается создать серию видеороликов под названием «BookTime». Предварительно был проанализирован видеоконтент глобальной сети Интернет, связанный с обзором литературы. На «YouTube» представлено много видеообзоров как от библиотечных специалистов, так и от любителей чтения. Подобный опыт имеют коллеги. Например, в Белгородской государственной универсальной научной библиотеке (БГУНБ) в 2017 году создана серия видеороликов на канале «YouTube» «31-й регион предпоЧИТАЕТ», в которых интересные люди Белгородской области рассказывают о любимых книгах. В 2019 году коллеги из МГОУНБ реализовали проект «Бук Челлендж / Book Challenge». Для того чтобы не повторяться, был рассмотрен принцип создания коротких видео, в которых высказывается мнение о каких-либо вещах в юмористической форме на примере коротких видеороликов на канале «YouTube» «Итальянцы by Kuzno Productions»<sup>1</sup>.

Готовые видеоролики будут продолжительностью не более 3-5 минут, каждый из них будет состоять из заставки, небольшого вступительного слова ведущего и комментариев трех выбранных людей по поводу этой книги, смонтированных в непоследовательном порядке. Предположительная периодичность выпуска видеороликов – раз в два месяца, т.е. шесть выпусков в 2020 году. Всего к участию в проекте будет привлечено 6 приглашенных гостей, что позволит сделать выпуски разными по составу участников (по 2 тройки человек). Для создания готового видеоролика гостям не нужно собираться вместе, видеоматериал будет записан индивидуально с каждым из них и смонтирован. При видеозаписи каждый участник будет комментировать три книги, что позволит за одну встречу собрать материал для трех видеороликов.

---

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC82ZIpmWhgwXfwMfGc5FYoA>

Обсуждение каждой книги будет построено таким образом, словно гость выбирает книги для себя – рассуждение вслух относительно обложки, аннотации, автора, жанра, сюжета и др. Чем непринужденнее и естественнее будут комментарии, тем лучше, т.к. жанр программ предполагается как «реалити». Также гость резюмирует, стал бы он читать книгу, рекомендовать кому-то или нет, вызывает книга интерес или нет. Честность гостей относительно своего выбора и мнений является желательной составляющей, т.к. будет вызывать доверие пользователей и показывать книги такими, какие они есть, без библиотечных клише и идеализации. Отрицательная оценка допустима в корректной форме.

Предложенные книги будут как знакомы некоторым приглашенным участникам, так и нет, чтобы получить как можно больше живого материала при обсуждении – эффект «первого знакомства» или наоборот впечатления о любимом произведении. Будут предложены произведения разных жанров, отечественных и зарубежных писателей. Т.к. видеоролики будут рекламировать чтение, выбранные книги должны быть такими, чтобы заинтересовать потенциальных читателей. Для создания разнообразных выпусков принцип выбора книг будет отличаться для каждого видеоролика:

1. знаменитая экранизированная книга (гость сможет дать комментарии относительно фильма, сравнить и др.);
2. популярный бестселлер (даже если гость не читал произведение, можно поразмышлять, ведь книга «на слуху»);
3. комикс (дает возможность поговорить о визуальном воплощении);
4. классические произведения;
5. произведение известного автора (дает возможность рассуждать о творчестве писателя);
6. популярная отраслевая литература (мотивационная, психологическая, познавательная и др.).

Чтобы не столкнуться с ситуацией отсутствия выбранной книги в фонде библиотеки на момент записи ролика, кроме выбранной книги будут подобраны еще две (всего 18 книг).

Цикл видеороликов должен носить легкий, юмористический, развлекательный характер. Очень важно запечатлеть реакции гостей – смех, удивление, замешательство и др. Чем богаче и разнообразнее будет полученный видеоматериал, тем больше будет возможностей для интересного монтажа. Для этого, конечно, координаторы должны создать определенное настроение. Добиться этого можно будет благодаря созданию непринужденной атмосферы посредством предварительного общения с гостем и объяснением

характера готового ролика, т.к. каждый участник должен понимать, что от него потребуется и каким будет результат.

Кроме атмосферы будут подготовлены наводящие вопросы от ведущего, которые помогут приглашенным гостям комментировать книгу, задать некоторые векторы обсуждения (обложка, аннотация, жанр, содержание; если книга известна гостю, свое мнение о книге). Присутствие ведущего будет только во время записи видеоматериала, но в самом ролике оно не предусмотрено – только закадровый голос.

Приглашенные гости должны быть разными и непохожими – молодые и взрослые, эмоциональные и сдержанные, мужчины и женщины. Планируется пригласить следующих интересных мурманчан: Юрий Сергиенко (режиссер Драматического театра Северного флота), Мария Фрейман (ведущая программы «Наше утро» на ТВ-21), Алексей Веселов (радиоведущий PowerHit Radio), Елена Супрун / Евгения Рябова (Мурманский тренинговый центр), Сергей Гронский (МОДТ), Александр Суняев (организатор и ведущий праздников). В случае, если не удастся привлечь именно этих людей, можно будет выбрать других актеров и ведущих, а также пригласить участников КВН, коллектива «DrumTumTum», рассмотреть вариант приглашения людей разных профессий (врач, юрист, учитель, тренер и др.).

Участники должны быть предупреждены и согласны на то, что их выступление будет подвергнуто монтажу. Для обеспечения соблюдения требований авторского права с участниками будет заключено письменное соглашение на использование записанного видеоматериала.

Предварительная работа по созданию видеороликов: подготовка литературы, определение списка приглашенных гостей, достижение предварительной договоренности, установление сроков записи видеоматериала, встреча с гостями, включающая обсуждение формата видеороликов. Вся подготовительная работа будет проводиться по утвержденному плану.

Кадр будет содержать минимум действия – гость сидит за столом, перед ним книга. Точка съемки для всех гостей должны быть одинаковой, чтобы при монтаже картинка не «гуляла». Видеозаписи планируется проводить в Центральной городской библиотеке (пр. Кольский, 93) по понедельникам, чтобы не мешать обслуживанию пользователей. Центральная городская библиотека достаточно узнаваема по своему внешнему виду, у нее удобное месторасположение относительно автодороги и остановок общественного транспорта, что является неоспоримым удобством для приглашаемых гостей. Также это удобно координаторам проекта. Сама запись будет организована у дальнего окна Абонементов на фоне цветных жалюзи, где располагаются стол и

кресла. Яркий антураж сделает видеоролики из цикла узнаваемыми, также они будут ассоциироваться с Центральной городской библиотекой.

Создание качественных видеороликов потребует как распределения обязанностей и закрепления за каждым своей функции, так и плотного взаимодействия, чтобы ни на одном этапе не потерять концепцию и получить задуманный результат. Шекула С.А., методист, будет заниматься приглашением участников, организует встречи, согласует время и др. Исполнять роль ведущего и общаться с гостями будет Черная И.Ю., методист ЦМООП, т.к. специалист владеет поставленным голосом, имеет опыт проведения публичных тождественных мероприятий (юбилей МБУК «ЦГБ»). Осуществлять видеозапись, запись закадрового голоса и монтаж будет Альхименок М.Д., гл. библиотечник ЦМООП. Видеозапись будет выполнена на личном оборудовании сотрудников ЦМООП (смартфон или фотоаппарат со штативом). Для звукозаписи будет использован петличный микрофон, имеющийся в распоряжении МБУК «ЦГБ».

Для минимизации рисков, которые могут быть связаны с объективной невозможностью специалиста выполнить часть его функций (больничный лист и т.д.), будет обеспечена взаимозаменяемость:

Организация встреч: Шекула С.А. \ Черная И.Ю.

Закадровый голос: Черная И.Ю. \ Альхименок М.Д.

Видеозапись, монтаж: Альхименок М.Д. \ Чернова М.А.

Для поддержания позитивного имиджа планируется подарить каждому приглашенному гостю фирменную продукцию МБУК «ЦГБ» (пакеты, статусы, блокноты).

## **Анализ ресурсов и рисков**

Имеющиеся для реализации проекта ресурсы:

- широкий выбор литературы из фонда МБУК «ЦГБ»;
- опыт создания видеоматериалов (буктрейлеры, видеоролики);
- аудитория подписчиков группы Вконтакте;
- имеющиеся контакты с интересными людьми;
- наличие яркого интерьера для встречи с гостями;
- техническое оборудование (смартфон или фотоаппарат, штатив, микрофон).

Существует риск получения недостаточно хорошего по качеству видеоматериала. Для предотвращения этой проблемы будет выполнена пробная видеозапись (без участия приглашенных гостей). Благодаря этому удастся оценить условия и при необходимости решить вопросы с освещением, уровнем звука, общей композицией кадра и др.

Риски могут быть связаны с отказом участия в проекте выбранных авторами известных или интересных личностей, которых хотелось привлечь для записи. Решение проблемы – изначально широкий список претендентов на участие (см. выше), также выбрать участников можно будет из тех, кого сотрудники библиотек приглашают на мероприятия (план массовых и информационных мероприятий ИИЦ на 2020 год).

Также существует риск нарушения утвержденного графика записи видеоматериала по причине его переноса кем-то из участников. Решение проблемы – изначально запись видеоматериала планируется отдельно с каждым гостем, что позволяет не подводить других участников в случае переноса встречи. Далее происходит корректировка графика, перенос встречи. При этом срок публикаций готовых видеороликов может и не измениться, если встреча переносится на 1 или 2 дня.

Существует возможность увольнения или отсутствия по другой причине на рабочем месте сотрудников, закрепленных за той или иной функцией. Решение проблемы – взаимозаменяемость сотрудников, указанная выше.

Одним из рисков является отказ работы оборудования, с помощью которого будет осуществляться видеозапись. В таком случае понадобится ремонт или замена техники.

## **Перспективы развития проекта**

Продвижение чтения, развитие и наполнение группы Вконтакте – задачи, которые не утратят свою актуальность, работа в данных направлениях будет продолжаться с учетом полученных результатов. Решение «измеряемых» задач проекта: создание эксклюзивного видеоконтента в группе «ВКонтакте» (количество лайков, просмотров и репостов) и, как следствие, привлечение новых подписчиков в группу.

Цикл видеороликов создаст рекламу библиотеке, приглашенные гости, которые примут участие в проекте, смогут поделиться со своим окружением впечатлениями о проекте и готовым результатом (взаимные репосты). На основании полученного материала можно будет привлекать новых гостей, которые захотят попробовать себя в чем-то подобном.

## План мероприятий по реализации проекта

№	Содержание работы	Срок	Исполнители, ответственные
1.	Определение кандидатур (известные люди, интересные собеседники)	Ноябрь 2019	Альхименок М.Д., Шекула С.А., Черная И.Ю.
2.	Установление предварительной договоренности с участниками, определение времени для видеозаписи	Декабрь 2019	Шекула С.А.
3.	Составление и утверждение графика записи видеоматериала	Декабрь 2019	Альхименок М.Д.
4.	Составление перечня вопросов для ведущего	Февраль 2019	Черная И.Ю.
5.	Подбор музыки для заставки	Февраль 2020	Альхименок М.Д.
6.	Создание заставки (рисунок, картинка или фотография)	Февраль 2020	Холякова Е.Н.
7.	Проверка наличия технического оборудования	Февраль 2020	Альхименок М.Д.
8.	Выполнение пробной видеозаписи	Февраль 2020	Альхименок М.Д., Шекула С.А., Черная И.Ю.
9.	Подбор литературы	Февраль 2020	Альхименок М.Д., Шекула С.А.
10.	Приглашение участников для видеозаписи (по утвержденному графику)	Февраль – март 2020	Шекула С.А.
11.	Выполнение видеосъемки (подготовка съемочного пространства, встреча гостей, предварительно общение, запись закадрового голоса)	Март 2020	Альхименок М.Д., Черная И.Ю., Шекула С.А.
12.	Монтаж видеороликов	Март – август 2020	Альхименок М.Д.
13.	Публикация видеороликов, реклама в соцсетях, СМИ, сети Интернет и др.	Март – декабрь 2020	Альхименок М.Д., Черная И.Ю.