

Консультация

«Продвижение книги в электронной среде»

Главными направлениями деятельности библиотеки сегодня являются:

- принятие мер по возрождению интереса к чтению%;
- расширение доступности для граждан произведений классической и современной отечественной и мировой литературы, детской литературы, произведений, созданных на языках народов России;
- формирование системы продвижения литературы в медиасфере с использованием всех каналов коммуникации; вовлечение интернет-сообщества в литературные и читательские акции.

Работа по формированию дружелюбного облика библиотеки, воспитанию потребности в чтении у различных категорий пользователей, формированию культуры чтения обширна и разнообразна. Новейшие информационные и телекоммуникационные технологии позволяют библиотеке реализовать гуманистическую миссию, распространять свою деятельность не только на тех, кто систематически посещает библиотеки (а их, к сожалению, с каждым годом становится меньше), но и на многочисленных пользователей глобальной сети.

Задача библиотек состоит в том, чтобы с помощью информационно-коммуникационных технологий суметь организовать увлекательную современную читательскую деятельность, активно вторгаясь в интернет-пространство, наполняя его социально ценным содержанием, помогая людям ориентироваться в литературном потоке, налаживая с ними взаимодействие, которое имело бы продолжение в реальном библиотечном пространстве.

Формы по продвижению чтения в электронной среде

Электронная среда создаёт условия для обеспечения доступа к информационным ресурсам широкому кругу пользователей, в том числе удалённым, способствует, как и реальная среда, решению библиотекой социокультурных, образовательных, культурно-информационных и культурно-просветительских задач.

Среди форм по продвижению чтения в электронной среде – вебсайты, мобильная связь и QR-коды, блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги.

Возможности Интернета позволяют заниматься продвижением книги и чтения вне территориальных и временных рамок. Современным и удобным инструментом для этого может быть сайт библиотеки. Веб-сайт является одним из важнейших элементов пространства библиотеки, совмещающий в себе информационные, поисковые, образовательные, рекламные, навигаторские функции.

На веб-сайт можно разместить следующие сведения:

- ✚ информацию о современном состоянии и истории библиотеки, режиме работы, составе работников, контактах;
- ✚ библиотечные новости и события;
- ✚ электронный каталог;
- ✚ обзоры литературы;
- ✚ электронные выставки;
- ✚ библиографические списки новых поступлений и рекомендательные тематические списки;
- ✚ собственные базы данных и иные информационные продукты библиотеки;
- ✚ сервис для местных авторов, разместив на нём их произведения, основываясь на принципе свободной публикации, тем самым осуществляя в регионе популяризацию творчества малоизвестных и неизвестных авторов, организуя встречи с ними как онлайн, так и в стенах библиотеки.
- ✚ службы «Виртуальная справка» и «Электронная доставка документов», являющиеся основой для системы удалённого библиографического информирования и библиотечного обслуживания;
- ✚ доступ к ресурсу для незрячих (слабовидящих) пользователей.

Одна из задач библиотечных сайтов в деле продвижения чтения – литературное ориентирование.

Одной из эффективных и распространенных форм продвижения книги и чтения является выставочная работа. Тенденцией последних лет стало размещение **виртуальных (электронных) выставок** на библиотечных сайтах. Посещение таких выставок часто является первым шагом к знакомству пользователя с ресурсами библиотеки. Виртуальная выставка, имея в своем арсенале библиографические списки, графические изображения, тексты, другие дополнительные материалы значительно расширяет возможности обычной книжной выставки. Важно и то, что существуют архивы виртуальных выставок.

Выставки, демонстрируемые на библиотечных сайтах, условно можно разделить на несколько категорий: выставки новых поступлений, тематические выставки.

На страницах сайта можно информировать своих читателей о наиболее значимых новинках литературы. При этом рассказывается о «новых книгах», под которыми могут подразумеваться как недавно вышедшие издания, так и новые поступления в библиотеку.

Также страницы сайта можно использовать в качестве рекомендательного ресурса, где размещаются рекомендательные списки, обзоры, путеводители и т.д.

Привлекая внимание читателей к книге через сайт библиотеки, нельзя забывать о его краеведческом контенте.

Одним из средств продвижения чтения является **буктрейлер** – короткий видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов – продвижение чтения, привлечение внимание к книгам при помощи визуальных средств. Как правило, продолжительность буктрейлера составляет не более 3 минут. Такие ролики снимают к современным книгам и к книгам, ставшим литературной классикой.

Виды буктрейлеров

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры могут быть:

1. **игровые** (минифильм по книге);
2. **неигровые** (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями и т.п.);
3. **анимационные** (мультифильм по книге).

Буктрейлеры можно классифицировать и по содержанию:

1. **повествовательные** (презентующие основу сюжета произведения).
2. **атмосферные** (передающие основные настроения книги и читательские эмоции).
3. **концептуальные** (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

Конечно, эти классификации очень условны и не универсальны. Например, неигровой буктрейлер может содержать элементы анимации; может быть одновременно «повествовательным» и «атмосферным».

Вот как описывает все разнообразие буктрейлеров Лев Оборин: «Вы можете увидеть анимацию, постановку по мотивам романа, набор иллюстраций, рассказ автора о своей работе, сценку, в которой писатель разговаривает по телефону с книгопродавцем, или подробное объяснение, почему без этой книги вы не сможете прожить ни дня». Можно попытаться пересказать за две минуты сюжет романа, можно инсценировать начало произведения или его ключевой момент, можно заснять реакцию читателей, а можно попытаться придумать что-то совсем оригинальное и новаторское. Главное – зацепить внимание потенциального читателя и побудить к чтению (или хотя бы повторному просмотру буктрейлера).

Библиотеки активно привлекают для создания буктрейлеров детей и молодежь. И судя по их качеству и фантазии, это явно приносит им большее удовольствие, чем написание традиционных отзывов или сочинений.

Также можно использовать в своих буктрейлерах детские творческие работы, например, рисунки.

Основные этапы работы по созданию буктрейлера

1. **Выбор книги для рекламы.** Мотиваций в выборе книг для создания буктрейлера может быть множество. Это реклама новых книг и продвижение книг-юбиляров, создание буктрейлеров, приуроченных к датам и событиям и др.

2. **Создание сценария к буктрейлеру** (продумать сюжет и написать текст).

Сюжет – это основа вашего видео ролика - то, из чего он будет состоять. По сути, это самая сложная задача при создании буктрейлера. Если это повествовательный буктрейлер – важно внести интригу и выстроить сюжет таким образом, чтобы читателю непременно захотелось узнать, что же будет дальше. А узнать это можно, если прочитаешь книгу. Если атмосферный – надо определить, какое же настроение у этой книги, и с помощью каких средств его можно передать. Поэтому к написанию текста сценария нужно подходить очень продумано. Стоит взвешивать не то что каждое предложение, а каждое слово. Видео ролик не должен быть длинным, не более 3 минут, так как это оптимальное время, чтобы удержать внимание зрителя потенциального читателя.

3. **Подбор материалов для видеоряда.** Подобрать картинки, отсканировать иллюстрации книги, снять свое видео или найти видео по тематике в интернете (помним об авторском праве). Скачанное с интернета видео необходимо **конвертировать в формат avi**. Можно использовать для этого программу **FormatFactory (Фабрика форматов)** – это многофункциональный и мощный конвертер медиа файлов. Программа удобная в использовании. При необходимости можно бесплатно загрузить с интернета.

4. **Записать озвученный текст**, если это предусмотрено по сценарию.

5. **Выбрать программу для работы с видео.**
6. **Подобрать Gif-анимацию и футажи.** Работая над видео роликом, можно использовать гиф анимацию и футажи. **Футажи** – это заготовки видео файлов. Они бывают для создания фона, для перехода и в большом количестве представлены в интернете. Можно скачать и применить для видеодизайна.
7. **Заключительный этап: видеомонтаж** (вырезать/склеить несколько фрагментов видео, добавить звуковую дорожку, изменить размер видео, субтитры и пр. наложить эффекты, переходы разнообразную музыку, «свести» звук, потом записать на жесткий диск ПК).

При использовании чужих материалов в своем видео, следует в титрах или в описании под видео указать ресурсы, откуда скачан материал, авторов и правообладателей.