

Социальные медиа и реальная жизнь: интегрированная программа пропаганды чтения

VI Всероссийская конференция

Национальная программа поддержки и развития
чтения: проблемы и перспективы»,
Москва, 22 ноября 2012-11-22

Ситуация сегодня

Доля читающей молодежи падает

Престиж чтения падает

Утрачиваются традиции семейного чтения

Снижается уровень грамотности



Определенное снижение интереса к чтению — это сегодня общемировая тенденция, и во многих странах предпринимаются активные попытки этому противодействовать, исходя из понимания роли чтения для развития любой страны. Опыт этих стран свидетельствует о том, что изменить ситуацию к лучшему можно.

I. Задачи популяризации чтения

Не поучать, а создавать ценности

Чтение:

Удобно

- « Содействие формированию благоприятной для продвижения чтения информационной среды и условий доступности людям полезной для жизни и социально необходимой литературы

Модно

- « Создание положительных и привлекательных образов читающего человека, книги, литературы, библиотек, книжных магазинов и других социальных институтов, связанных с чтением

Полезно

- « Формирование в общественном мнении представлений о ценности и значимости чтения и книжной культуры

Не страшно

- « Вовлечение в активное квалифицированное чтение нечитающих и мало читающих людей

II. Что сделано

ЧТО СДЕЛАНО



В настоящий момент завершен первый этап «Национальной программы поддержки и развития чтения».

ЧТО СДЕЛАНО

Рекламная кампания «Занимайся чтением»

750 000 просмотров ролика на YouTube
Один из лучших результатов для российской
социальной рекламы



Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика»

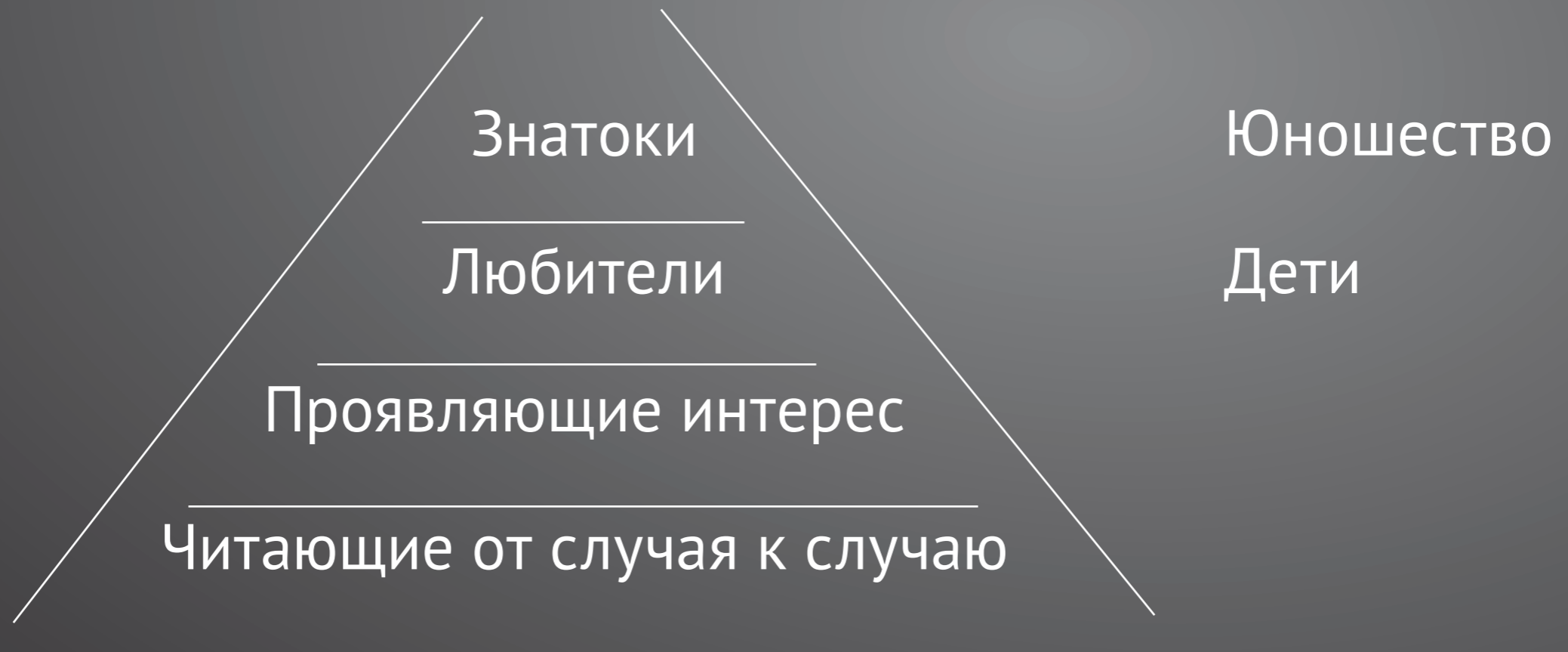
офлайн 2 миллиона школьников из 83 регионов страны

онлайн 30 фоторепортажей
21 любительский видеоролик

*Количество
участников и охват
можно поднять
на порядки*

III. Что делать дальше?

Для кого мы работаем?



Направления усилий и мероприятия программы дифференцируются по типам: читательских групп (знатоки, любители, проявляющие интерес, читающие от случая к случаю, не читающие; дети и юношество, иммигранты, интеллектуальная элита и др.)

Миграция аудитории в интернет

Интернет — не отбирает время у чтения, это всего лишь один из методов доставки информации.

Мы можем заставить Интернет работать на популярность чтения!



В обществе нарастают — даже на уровнях управления и «интеллектуальной элиты» — представления и мнения о том, что роль книги, библиотек в обществе уменьшается в сравнении с Интернетом и вообще сойдет на нет при полном развитии его возможностей.

45% населения России читают
в Интернете почту, новости,
блоги...
Но не книги.

61,5 млн
пользователей
интернета в России*

54 млн
человек
проводят в среднем
50 минут в день
в социальных сетях**

39,5 млн
человек
пользуются мобильным
Интернетом***

35 млн
человек
смотрят видео в среднем
11 часов в месяц***

Решение

Программа популяризации чтения должна включать в себя мощную Интернет-составляющую, базируясь прежде всего на социальных сетях, видео и мобильном Интернете.

Три кита успеха

Ориентация на интернет в доставке контента

Контакт с федеральными и региональными администрациями

Интеграция с медиа-площадками и книжными магазинами

Ориентация на интернет в доставке контента

Борьба с пиратским распространением контента

Поддержка существующих ресурсов, работающих
с авторами и издателями

Развитие новых форм легальных он-лайн библиотек
(прежде всего – в социальных сетях и новых медиа)

Создание национального облачного сервиса, открытого
для всех издательств и облегчающего издательствам
продвижение и продажу своих книг в электронном виде

Государственная поддержка

Поддержка на федеральном уровне со стороны Минсвязи, Минкульта, Минобразва, Роспечати и других.

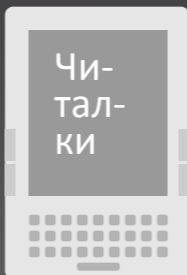
Осуществление программы будет невозможным без активного сотрудничества с местными властями.

Интеграция с медийной и наружной рекламой

Проведение совещания представителей основных медиа-площадок (ТВ, пресса, Интернет)

Создание совещательного органа, включающего в себя представителей основных медиа и книгоиздательских сообществ

Широкая поддержка программы не только на уровне рекламы, но и путем интеграции в существующий медиа-продукт



«Я читаю»
ВКонтакте

Online-библиотека

BOOKMATE draft



Наружная
реклама

Книжные
клубы

Интернет

Конкурсы

facebook.

одноклассники

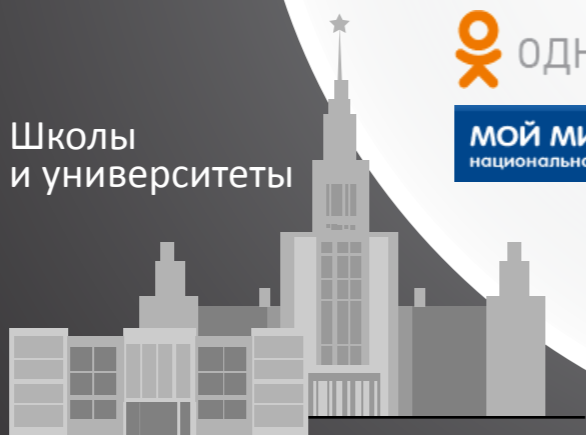
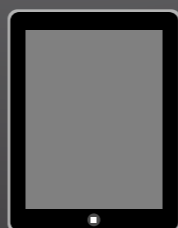
мой мир@mail.ru
национальная социальная сеть

You Tube™
Rutube

ТВ

Школы
и университеты

«Читаем
вместе»



Приложение ВКонтакте «Я читаю»

*Огромная легальная публичная библиотека
на расстоянии одного щелчка мыши
для пользователей самой популярной
российской социальной сети*

Аудитория ВКонтакте

84% российских школьников от 12 лет и студентов

95% российских школьников от 12 лет и студентов, имеющих доступ в Интернет


ПРИЛОЖЕНИЕ ВКОНТАКТЕ «Я ЧИТАЮ»

Пользователи ВКонтакте любят музыку, видео и книги.

Любимая музыка:	Down Low, NANA, C-block, LaSecte, NTL, MaryJane, Lil Jon, Chrome Headz, K-Marco, Young Buck, Tech N9ne, Vybe Beatz, Anthony Norris,
Favorite movies:	Побег из Шоушенка, Назад в будущее, Игра, Аватар, Индиана Джонс, Иллюзионист, Атакуй заправки28 месяцев спустя 30 минут или меньше Beautiful Girl Bridesmaids Intruders The Mistaken The Rite The Skank Robbers The Talking Cure Untitled Alien Prequel #1 W.E. Агент Джонни Инглиш 2 Астрал Бес. смертный Беспокойство Боевой ангел Боевой конь
Favorite books:	Над пропастью во ржи (The Catcher in the Rye) Дж.Д. Сэлинджер Когда Боги Смеются (Д.Лондон) Унесенные ветром (Маргарет Митчелл) Время Жить и время Умирать (Ремарк) Вероника Решает Умереть (Пауло Коэльо) Generation П (Виктор Пелевин) Чапаев и Пустота (Виктор Пелевин) Никто не выйдет отсюда живым (No one here gets out alive), секс, sexу (Д.Хопкинс, Д.Шугерман) Маленький Принц (Антуан де сент Экзюпери) Тело (the Body) (Стивен Кинг) Глаза Голубой Собаки (Габриэль Гарсиа Маркес) Заводной апельсин



Они могут поделиться с друзьями музыкой и видео.

Видеозаписи
119 видеозаписей



Eko Fresh feat. Bushido - Diese Zwei
вчера в 20:39 | 0 комментариев

Аудиозаписи
12564 аудиозаписи

-  **СД** – Здоровый Образ Жизни (Ak Beatz prod.) 4:09
-  **Stevie Stone** – Raw Talk (Feat. Hopsin & Swizzz) 3:15

Мы поможем им делиться с друзьями книгами – легально и легко.

Механика

О книгах друзьям — одним кликом



 **Евгений Якин**
Ребзя, я не думал, что это может быть так смешно)))

Online



Илья Ильф и Евгений Петров.
12 стульев
“Тут было все: арбузные груди, нос -- обухом, расписные щеки и мощный затылок.”

17 янв 2013 | [Комментировать](#) [Мне нравится](#) ❤️

Такое сообщение увидит до половины друзей пользователя.

Возможности

Сообщить, что ты любишь ту или иную книгу

Поделиться любимой цитатой с друзьями

(это необязательно должна быть цитата из книг, которые есть в приложении)

Предложить другу прочитать твою любимую книгу, отправив ему на стену сообщение

Найти новых друзей, с которыми у тебя совпадают вкусы

Дальнейшее развитие

Портирование на другие платформы

Сотрудничество с всеми активно работающими издательствами по вопросам лицензирования контента

Выход на другие средства доставки
смартфоны электронные книги

Конкурсы

Суммарный охват: 2–5 миллионов человек

Цель конкурсов

Поднять престиж чтения, включив его в ряд модных видов досуга: спорт, видео, музыка, шоу-бизнес

Принцип проведения

Сочетание оффлайна и онлайн и взаимное усиление за счет синергии с рекламой на ТВ и наружной рекламой

Конкурс буктрейлеров

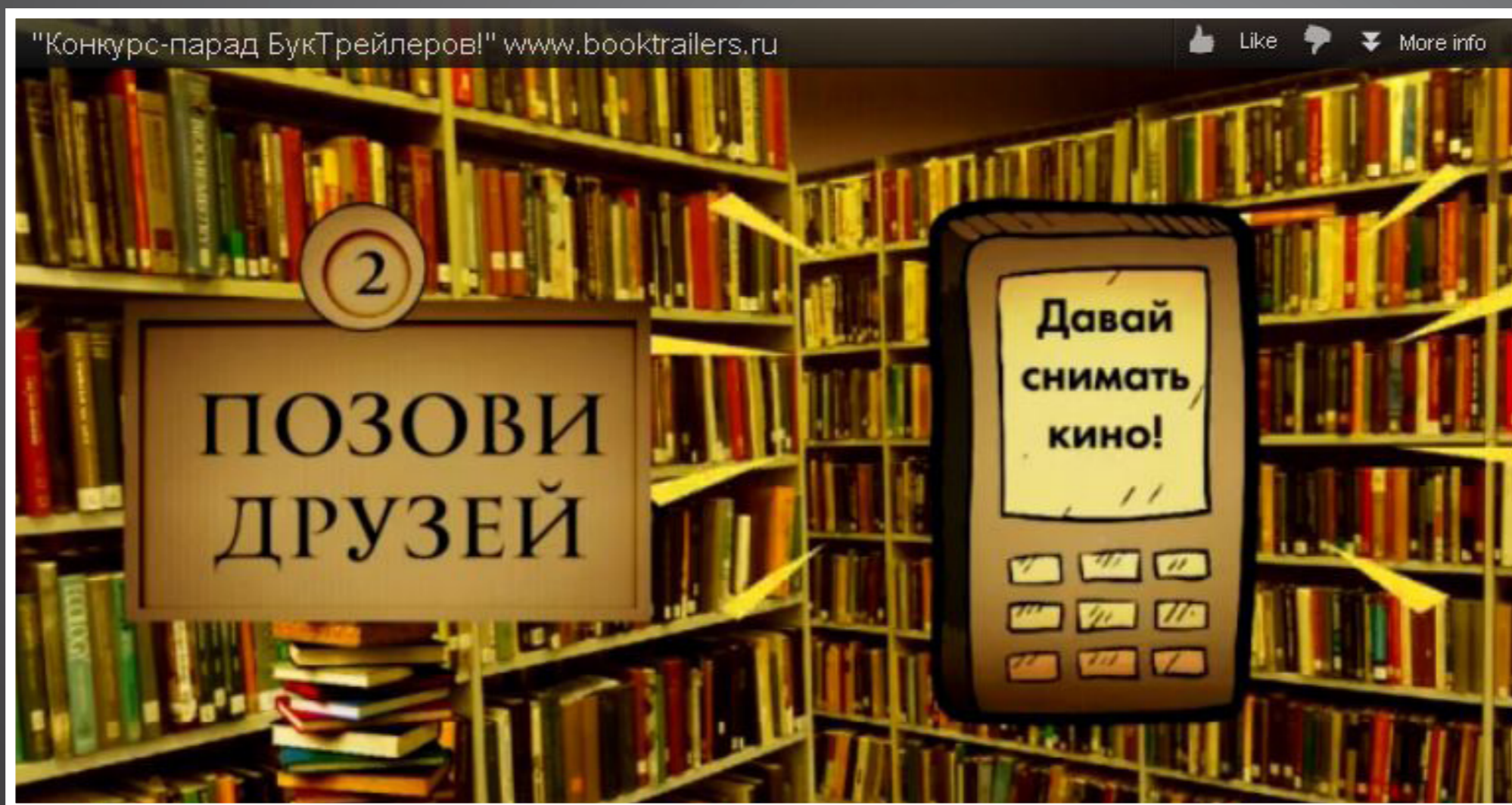
Школьники и студенты — одни из основных поставщиков видео-роликов на YouTube.

Они могут снять «трейлеры» классических книг в понятной для сверстников системе образов и на понятном для них визуальном языке.

КОНКУРСЫ



КОНКУРСЫ



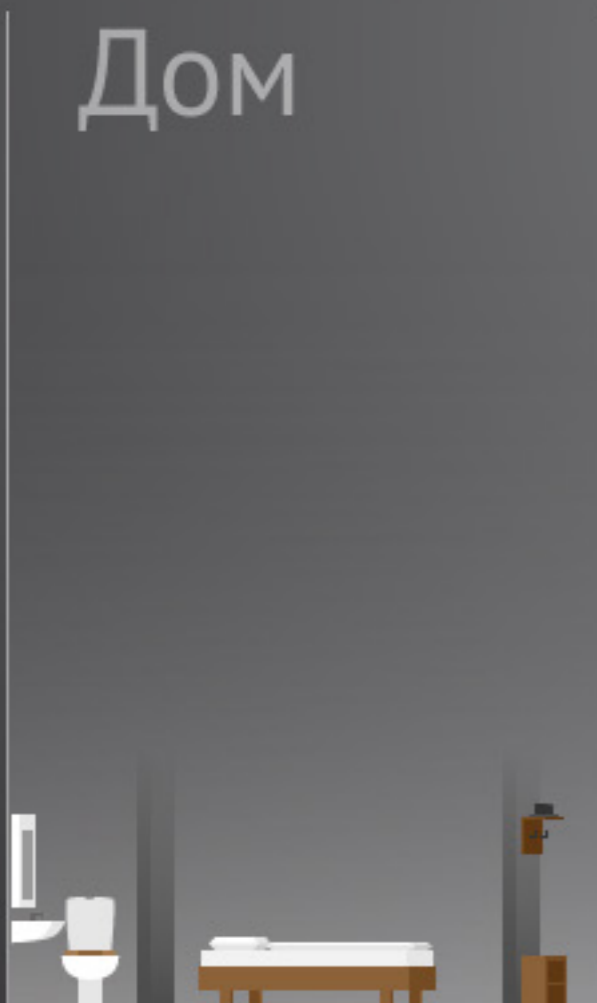
Читательские клубы

Сделать модными в столицах

Прийти к простому читателю в провинцию

Крупные города

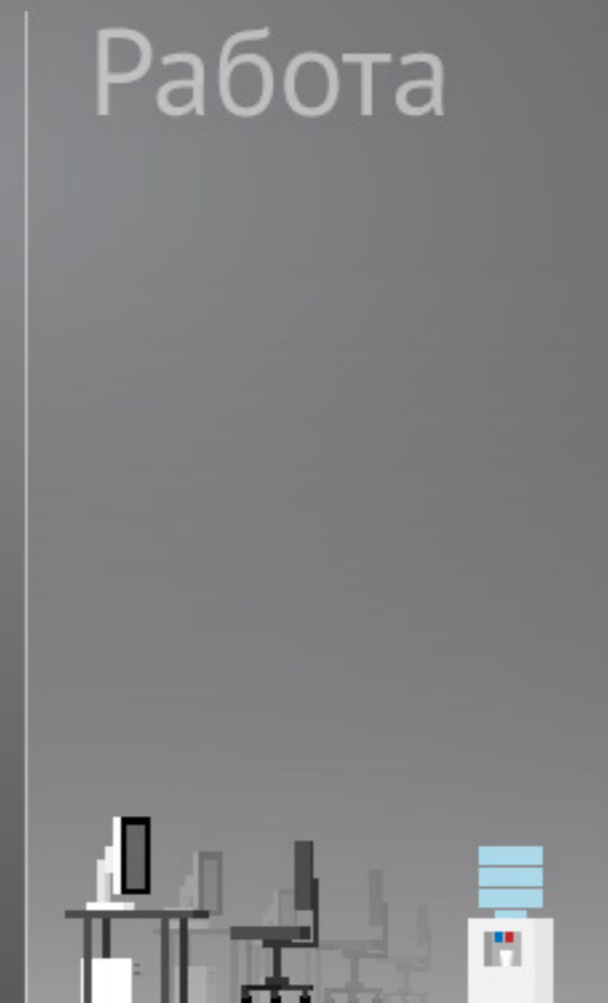
Дом



Третье место



Работа



ПАРК ГОРЬКОГО

**ПИКНИК
«АФИШИ»**

Библиотеки

Крупные города — третье место

Третье место – не дом и не работа. Это место, куда человек заходит приятно провести время. Там люди общаются, едят, занимаются спортом, слушают музыку и даже лекции.

Все это — модные формы досуга.

Чтение до сих пор почти полностью исключено из списка возможных активностей.

Крупные города

Задача

Сделать чтение и разговоры о чтении частью модного городского дискурса.

Решение

Литературные клубы нового поколения.
Библиотеки – пространство для свободных дискуссий, интересных разговоров и литературных встреч

Регионы

Существует запрос любителей чтения со всей России к общению с писателями и обсуждению книг.

Уже сегодня в стране существует множество формальных и неформальных литературных клубов.

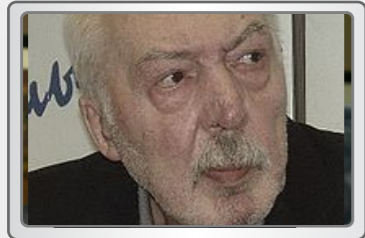
Надо дать им методические рекомендации и возможность общаться он-лайн с современными писателями — и это придаст им второе дыхание.

Регионы

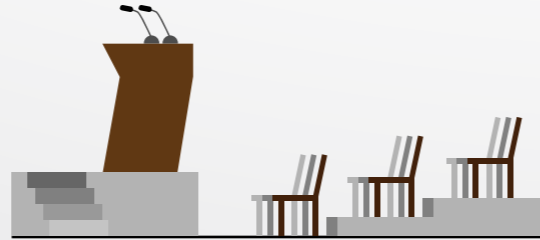
1. Наладить обмен опытом и обеспечить поддержку местных властей для уже существующих и создаваемых мест
2. Используя социальные сети, ТВ и прессу, рассказать об этом максимально широко и зародить движение во всей стране

Онлайн

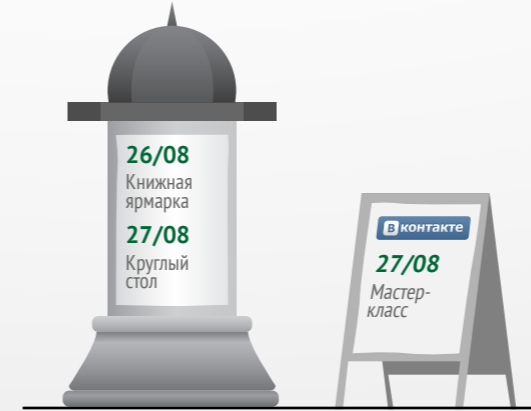
Конференции
с писателями



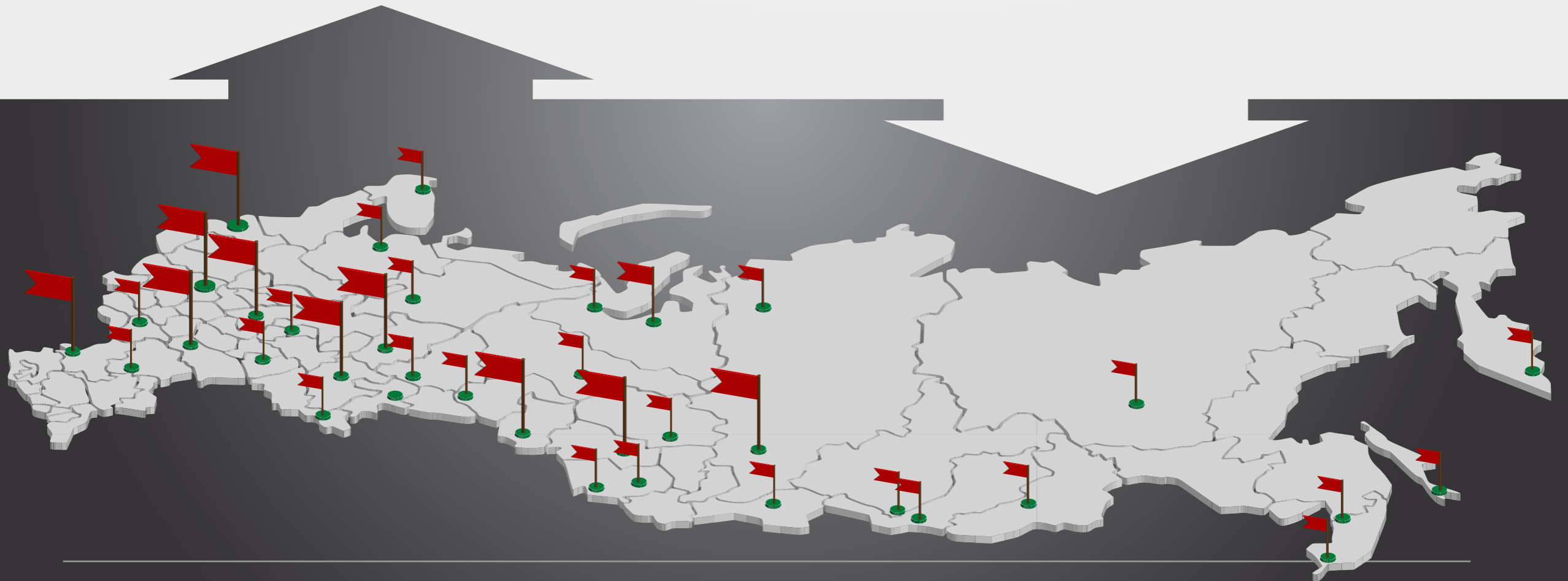
События книжной
индустрии



События клубов



Методические
инструкции



Офлайн

«Читаем вместе»

Помочь родителям приучить детей читать

Задачи

Дать родителям практические механизмы приучения детей к чтению.

Обеспечить родителям поддержку специалистов и возможность обмена опытом.

«Национальная программа поддержки и развития чтения» называет родителей среди тех, кто должен нести ответственность за активизацию чтения и отдельно отмечает важность организации специальных образовательных и просветительских курсов для родителей.

Механика

Информационная кампания для родителей
«Как сделать, чтобы ваши дети больше читали».

Специальные группы для родителей
во ВКонтакте и для бабушек и дедушек
в Одноклассниках, где психологи дают советы,
а опытные родители делятся опытом
с новичками.

facebook

одноклассники

контакте

мой мир@mail.ru

Мама^{ru}

И другие
родительские
порталы

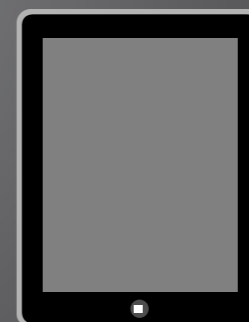
Сообщества
родителей с участием
специалистов
и психологов

Каталог new media
объектов,
электронные книги
и программы для
обучения чтению

АКТИВНОСТИ

Наружная
реклама

ТВ



New media

Планшеты захватывают рынок, переводя компьютеры из технического оборудования в сегмент бытовой техники.

Если уже сейчас начать работать с планшетами, мы сможем на старте спозиционировать их как устройства для чтения, а не только для игр и развлечений.

1,14

млн планшетов
продано в 2011 году
в России

2

млн планшетов
прогноз продаж
на 2012 год

на 11%

подешевел средний
планшет в 2012 году

63%

рынка планшетов
составляют устройства
на базе Android

0,8 млн

планшетов продано
в I полугодии 2012

+312%

0,2 млн

планшетов продано
в I полугодии 2011



Медиа-библиотека

Поддержка и каталогизация всех new media объектов, посвященных детскому чтению, прежде всего — интерактивных книг на платформе Android.

Наша задача — помочь возникнуть цельной медиа-библиотеке, поддержать производителей рекламой и помогать родителям выбрать лучшее.

Поддерживающая активность

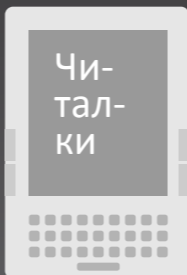
Проведение конкурсов для родителей

Читаем сказки Пушкина

Книжка на ночь

Уезжающий в командировку (или просто допоздна сидящий на работе) родитель может прочитать для своего ребенка несколько глав из его любимой книжки, и ребенок будет их слушать.

Можно делать то же самое для детей друзей и знакомых («Мой ребенок очень любит эту главу Винни-Пуха. Вот, я ее читаю – дайте ее послушать вашим детям»).



«Я читаю»
ВКонтакте

Online-библиотека

BOOKMATE draft



Наружная
реклама

Книжные
клубы

Интернет

Конкурсы

facebook.

одноклассники

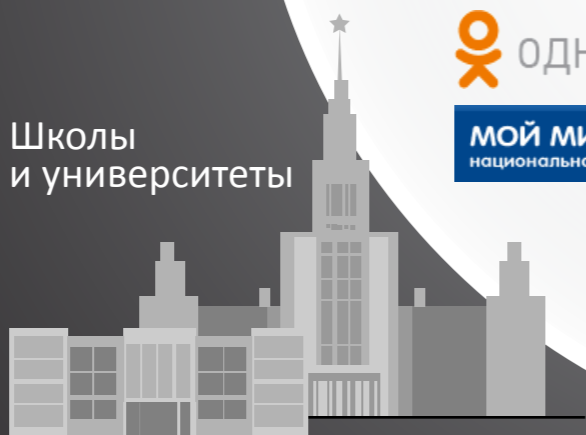
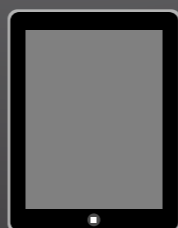
мой мир@mail.ru
национальная социальная сеть

You Tube
Rutube

ТВ

Школы
и университеты

«Читаем
вместе»



Спасибо

SKCG

Сергей Кузнецов +7 (985) 763-87-95

kuznet@skcg.ru