



Надежда КУЗНЕЦОВА,
заведующая отделом Центральной
городской библиотеки



Семь идей библиоютубера

О САМОМ ИНТЕРЕСНОМ – ЗА ТРИ МИНУТЫ

Сегодня российские библиотекари активно осваивают видеотехнологии. Это позволяет обобщать и транслировать деятельность для широкого круга зрителей, в том числе интернет-аудитории. Формат роликов представляет нашу работу сжато, ярко и интересно.

В нашем учреждении создание видеороликов – ведение съёмки, составление и озвучивание текстов, монтаж – осуществляют специалисты отдела развития и внешних коммуникаций. На видеохостинге YouTube мы зарегистрировали канал «Омские муниципальные библиотеки» [https://www.youtube.com/channel/UCfhXz_z1BtGe4BkRE54_PnQ], где сегодня уже представлено около 80 фильмов разных жанров. Видеоархив пополняется два раза в месяц. Поводом для создания роликов становятся интересные акции и мероприятия, презентации, участие в профессиональных конкурсах и реализация грантовых проектов.

Благодаря пятилетней практике монтирования в нашем архиве можно выделить семь жанров видео, которые помогают раскрыть многогранность и разнообразие деятельности коллег.

ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЙ РОЛИК ИЛИ ФИЛЬМ

Это «визитная карточка» учреждения, позволяющая составить целостное представление о библиотеке, особенностях её деятельности, достижениях и возможностях. Обычно такие фильмы создаются к значимым датам и событиям: например, к юбилею читальни или для участия в областном профессиональном конкурсе «Библиотека года».

Главное отличие презентационного фильма от других жанров – высокая концентрация информации. Для того чтобы удержать внимание зрителей, в своих роликах мы стараемся рассказать интересную историю о библиотеке, избегая профессиональной терминологии и делая акцент на познавательных фактах, неожиданных для широкого круга людей библиотечных практиках и т. п.

Чёткого хронометража у презентационного фильма нет — он может длиться как две минуты, так и целый час. Всё зависит от цели, которая ставится рабочей группой. Но мы с коллегами точно знаем: чем короче видео, тем больше вероятность, что его досмотрят до конца. Поэтому стараемся не превышать лимита в три минуты. Правда, есть исключения. Например, видеоролик «Один день из жизни ЦГБ» длится почти 35 минут. Но это оправдано тем, что рассказ ведётся о десяти отделах, имеются выступления, подводки и финал. Таким образом, на одно подразделение всё же отводится не более двух-трёх минут.

Структура презентационного фильма бывает разной. Можно выстраивать повествование, ориентируясь на основные направления работы библиотеки, или же предложить зрителю совершить путешествие по её залам, как сделано в ролике о ЦГБ. Важно использовать репортажные съёмки, чтобы показать реальную жизнь учреждения изнутри. Убедительно звучат интервью партнёров и читателей. Например, фильм «Детская библиотека "Читайка"» мы построили на ответах маленьких посетителей, которым задавали короткие вопросы: «Какого человека называют умным?», «Хорошая книга — какая она?», «Кто такой библиотекарь?», «Для чего ребёнку нужна библиотека?».

Логично в презентационном видео вести рассказ от лица руководителя. Можно сочетать его с закадровыми комментариями, как было сделано в сюжете о библиотечном центре «Дом семьи».

БУКТРЕЙЛЕР

Это один из самых популярных инструментов рекламы книги. Цель таких роликов — заинтересовать, заинтриговать читателя, привлечь внимание к произведению при помощи визуальных средств, характерных для трейлеров к кинофильмам.

Активно создавать буктрейлеры начали с 2005 г. Несмотря на то что жанр имеет длительную историю, общепринятых требований к такой продукции до сих пор не существует. По продолжительности оптимальным считается объём в одну-полторы минуты.

У нас уже есть свой опыт производства буктрейлеров. Мы представили книгу местного автора Роберта Удалова «Сказания о славном городе Омске». Основная идея: читатель путешествует из настоящего в прошлое Омска и знакомится с событиями, происходившими в городе в разные исторические периоды.



Использованы документальные фото- и видеоматериалы. Хронометраж — одна минута.

Этот ролик получил три диплома. В 2013 г. он вошёл в десятку лучших на Всероссийском конкурсе буктрейлеров и стал победителем в номинации «Выбор книжного магазина», а в 2016 г. был признан победителем в номинациях «Омск на литературной карте» и «Приз авторских симпатий» Областного конкурса буктрейлеров «Чтение вдохновляет!», организатором которого выступила Омская государственная областная научная библиотека.

ВИДЕООТЧЁТЫ

В нашем архиве они подразделяются на частные и общие. Первые отражают реализацию грантовых проектов, крупные городские акции (например, «Книжный сад», «Литературный трамвай», «Книги от известных омичей»).

▲
Хотите перенестись
в прошлое?
Нет ничего
проще — смотрите
буктрейлер
«Сказания о славном
городе Омске»

В России одним из первых буктрейлеров стал ролик по роману Алексея Маврина «Псоглавцы». На его создание было затрачено около 10 тыс. долларов. Построен он по всем законам короткометражного фильма — с самостоятельным сценарием, режиссёром, командой из 11 актёров.

Общие видеотчёты представляют работу муниципальных библиотек города за год. Раньше они назывались «Панорама событий». Сегодня мы включаем сюда десятку самых интересных и масштабных проектов.

Видеотчёты могут быть озвучены, а могут просто состоять из нарезки, включающей самые яркие эпизоды мероприятий.



▲ Если вдруг жизнь в библиотеке на мгновение приостановилась, значит, идёт съёмка ролика о флешмобе «Mannequin Challenge»

БЭКСТЕЙДЖ

Иногда его путают с видеотчётом. Но это разные жанры. Главное различие состоит в том, что бэкстейджи показывают закулисную сторону реализации проекта, включают рабочие моменты подготовки мероприятия.

В нашем архиве есть ролики, рассказывающие о создании буктрейлеров, проведении профессионального конкурса молодых библиотекарей «Первоцвет». Рекордсменом по количеству просмотров является бэкстейдж рекламного проекта «Библиотекарь красивый», занимающий шестую позицию в десятке самых популярных видео канала «Омские муниципальные библиотеки» на хостинге YouTube.

ВИРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА

Она тоже может быть выполнена в видеоформате. Например, книжная выставка «Литературный экспресс» представляет 25 книг современных авторов из пяти стран. Мы пригласили омичей совершить литературное экспресс-путешествие по современным бестселлерам и признанным шедеврам, которые сегодня читает весь мир. Особенностью выставки стало использование в качестве подложки при демонстрации книг и аннотаций видео пяти стран в технике Time Lapse – ускоренной съёмки. Начало ролика озвучено, а далее зрители могут останавливать запись, читать текст и рассматривать обложки книг с той скоростью, которая им удобна.

ВИДЕОПОЗДРАВЛЕНИЕ

Жанр, который часто используется в нашей практике. Считаем, что это очень удобный и эффективный инструмент коммуникации.

Вы можете не присутствовать на мероприятии, если оно, например, проходит в другом городе, но ваши пожелания будут услышаны, а организация представлена. Часто такие

поздравления включаются в сценарий мероприятия. Поэтому к работе над роликом необходимо относиться особенно серьёзно. Он должен быть снят очень красиво и качественно.

В последнее время мы отдаём предпочтение поздравлениям в прозе, которые озвучиваются целой командой коллег в библиотечных интерьерах с интересными дизайнерскими решениями. Особое внимание уделяем цвету и свету, используем крупный и средний планы, съёмку ведём обязательно со штатива.

ВИРУСНОЕ ВИДЕО

Такого рода ролики распространяются пользователями социальных сетей путём добровольного размещения на своих страницах и ресурсах через функции «Репост» и «Поделиться с другом».

Примером вирусного видео в нашем архиве может служить запись флешмоба Mannequin Challenge, который состоялся в Молодёжной библиотеке «Квартал 5/1». Идея принадлежит американским школьникам. Суть в том, что участники, находясь в самых неожиданных местах, внезапно замирают в разных позах, как в детской игре «Море волнуется раз». Видео с людьми, изображающими манекены, выкладывается в интернет под хэштегом #Mannequin Challenge.

В своей версии ролика мы постарались воспроизвести ситуации, происходящие в читальне в реальной жизни. В акции были заняты более 60 представителей работающей молодёжи, которых мы пригласили для участия во флешмобе, публикуя посты в социальных сетях. «Живые манекены» пили кофе в фойе, записывались в библиотеку в регистрационном зале, делали снимки на память в фотозоне. В молодёжном зале развернулось нешуточное сражение игроков в мафию и твистер. На уютном балконе расположились любители стратегических настольных игр, а в конференц-зале давали концерт омские рок-музыканты. В результате буквально за неделю ролик набрал больше тысячи просмотров, а зрителями стали жители более чем 20 стран мира.

В профессиональной сфере мы часто говорим, что современная библиотека – это полифункциональное пространство, где можно встречаться, общаться, учиться, работать и отдыхать. И именно библиотечное видео помогает запечатлеть перемены, удивить незаурядными идеями, воплощёнными в привычных четырёх стенах, привлечь новых читателей, друзей и партнёров. 