

ФИГУРА, НА МЕСТЕ ЗАМРИ!



Как привлечь молодёжь? У каждой публичной библиотеки свои варианты ответа на этот вопрос. Омские библиотекари активно используют форматы, популярные в молодёжной среде, отвечающие интересам и ритму жизни подрастающего поколения: интеллектуальные игры, квесты, флешмобы, радиоигры.

В феврале 2017 г. специалисты отдела развития и внешних коммуникаций Центральной городской библиотеки г. Омска инициировали флешмоб в формате Mannequin Challenge. Подобные массовые акции приобрели популярность во всём мире в конце 2016 г. В России к флешмобу присоединились депутаты Государственной думы Российской Федерации, ведущие Первого канала ТВ, полицейские из Владивостока, а также российские библиотекари.

Алина Юрьевна ГЕРМИЗЕЕВА,
ведущий методист отдела развития и внешних коммуникаций
Центральной городской библиотеки г. Омска

В основу Mannequin Challenge заложен повторяющийся сценарий: группа людей в определённых позах неподвижно замирает на месте, пока между ними перемещается оператор, снимающий видео с разных ракурсов. При монтаже ролика используются приёмы ускорения и замедления времени. Между сценами видео ускоряется в четыре–пять раз. В результате создаётся иллюзия того, что время остановилось. В большинстве случаев флешмоб сопровождается музыкальной композицией американской рэп-группы и хештегами #MannequinChallenge и #ОстановиВремя.

Площадкой для проведения омской версии флешмоба была выбрана Молодёжная библиотека «Квартал 5/1», в которую в 2016 г. трансформировалась Компьютерная библиотека. Новое пространство оформлено по авторскому проекту Ольги Сохиной, дизайнера ЦГБ, в помещениях установлены удобная модульная мебель и современная техника. Обновлённая библиотека стала центром для реализации творческих идей омской молодёжи, местом для проведения интеллектуального досуга, встреч с интересными людьми, да и просто отдыха.

Заранее был написан сценарий, в котором мы постарались воспроизвести ситуации, происходящие в библиотеке ежедневно. Работа над сценарием помогла понять, сколько участников понадобится для съёмок. Согласно замыслу, мобберы пьют кофе в фойе, записываются в библиотеку в регистрационном зале, фотографируются в библиотечной фотозоне. В моло-

дёжном зале идёт нешуточное сражение игроков в мафию и твистер. На уютном библиотечном балконе расположились любители стратегических настольных игр «го» и шахмат, в конференц-зале дают концерт омские рок-музыканты.

В процессе подготовки мы поняли, что для создания качественного видео оборудования отдела недостаточно. И хотя первые Mannequin Challenge снимались на камеру мобильного телефона, для наших целей – чтобы ролик стал успешной рекла-

В основу Mannequin Challenge заложен повторяющийся сценарий: группа людей в определённых позах неподвижно замирает на месте, пока между ними перемещается оператор, снимающий видео с разных ракурсов.



В. Серобабов



мой библиотеки, убедительным информационным поводом для СМИ и пользовался популярностью в Интернете – требовалась профессиональная техника (видеокамера или фотоаппарат с объективом для съёмки видео, штативы, стедикам для плавной съёмки). Поэтому мы решили обратиться к профессионалу.

Снять библиотечный флешмоб согласился известный омский видеооператор Валерий Серобабов. Он увлёкся нашей идеей и помог не только записать, но и смонтировать ролик. Средняя цена съёмки рекламного видео в Омске составляет 10 тыс. рублей. Услуги Валерия стоят от 25 тыс. рублей. Однако он выполнил всю работу совершенно бесплатно, что стало ещё одним примером успешного партнёрства библиотеки и горожан.

Для участия в Mannequin Challenge хотелось привлечь как можно больше потенциальных читателей. Чтобы собрать аудиторию, мы писали посты в популярные молодёжные сообщества социальной сети «ВКонтакте», группы омских высших и среднеспециальных учебных заведений, связывались с лидерами молодёжных советов предприятий города. Информация об акции была опубликована в 28 омских группах с количеством подписчиков не менее 300 человек.

Поскольку концепция такого флешмоба была на пике популярности, формат заинтересовал молодых омичей. В акции библиотек приняли участие 60 человек: представители бизнеса и работающей молодёжи, студенты, общественные деятели и волонтеры.

В день проведения съёмок они были приглашены в библиотеку заранее. Организаторы распреде-

ляли среди них роли и репетировали с каждым по отдельности. Чтобы ребята в ожидании флешмоба не заскучили, сотрудники проводили для них ознакомительные экскурсии по библиотеке.

На съёмку трёхминутного ролика ушло два часа. Оператор снимал видео непрерывным кадром, и, когда камера направлялась на моббера, он не должен был двигаться и моргать. Это оказалось непростой задачей, поэтому видео снимали в три дубля.

Чтобы захватить внимание зрителя с первых секунд, мы сделали титры динамическими, создав их в *Adobe After Effects*, мощной профессиональной программе для работы со спецэффектами. Обработывалось видео в программе для нелинейного монтажа *Adobe Premiere Pro*. Для создания атмосферы и глубины к ролику был применён художественный эффект «боке». Доработка цветов для стилизации была сделана с помощью настроек цветокоррекции. Эффекты ускорения и замедления времени наложили таким образом, чтобы они совпадали с ритмом музыкальной композиции.

Среди российских коллег мы не первые, кто снял Mannequin Challenge, поэтому хотелось привнести в свою версию что-то отличное от роликов других библиотек. Интересным решением, на наш взгляд, стали левитирующие пред-



меты – карта для игры в мафию в молодёжном зале и книги на абонементе, которые мы прикрепили к потолку с помощью лески. В финале нашего ролика все мобберы собираются в одном зале, «оживают» и машут руками, что добавляет позитива и, как надеются организаторы, побуждает зрителей прийти в Молодёжную библиотеку «Квартал 5/1». Ролик получился резонансным. За первую неделю он набрал больше 1000 просмотров на канале YouTube. Новость о флешмобе омских муниципальных библиотек была опубликована в 28 источниках, в том числе на пяти

крупных новостных интернет-порталах, в группах в социальной сети «ВКонтакте». В комментариях к видео российские коллеги отметили, что получилась замечательная виртуальная экскурсия по Молодёжной библиотеке.

Участие в Mannequin Challenge для некоторых омичей стало поводом в первый раз посетить библиотеку. А мы, соединив формат популярного интернет-флешмоба и книги, получили хорошую рекламу, подтверждающую, что читать – это модно. Видео Mannequin Challenge доступно для просмотра на канале «Омские муниципальные библиотеки» на видеохостинге YouTube: <https://www.youtube.com/user/OMB19761/videos>. Смотрите ролики и подписывайтесь на наш канал!