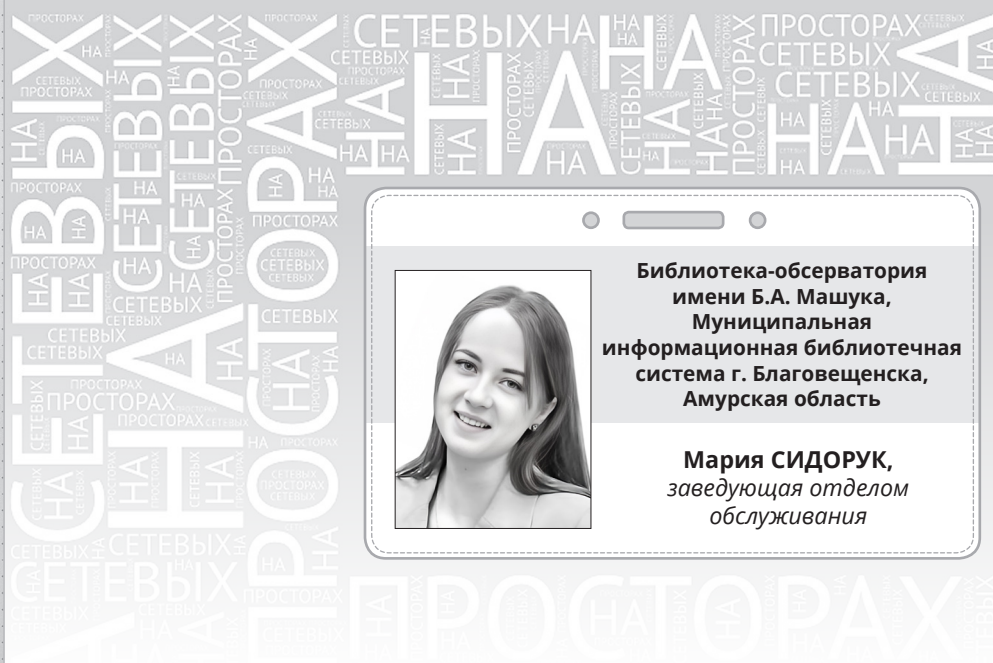




Библиотека-обсерватория
имени Б.А. Машука,
Муниципальная
информационная библиотечная
система г. Благовещенска,
Амурская область



Мария СИДОРУК,
заведующая отделом
обслуживания

НЕСКУЧНЫЕ ВИДЕО, или Скажи «нет» съёмке на коленке!

● В ПОМОЩЬ НАЧИНАЮЩЕМУ КЛИПМЕЙКЕРУ



Библиотеки не стоят на месте и постоянно находят новые способы продвижения своих фондов, услуг и мероприятий. Свежее решение для рекламы учреждения, доказавшее свою эффективность, — создание видеоконтента. Но как сделать его действительно свежим? Что снимать, дабы привлечь внимание читателя? А самое главное — как не тратить при этом всё своё рабочее время? Ответы на вышеперечисленные вопросы — в настоящей статье.

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ

По моему убеждению, каждый может создать качественное интересное видео и опубликовать его в социальных сетях. Я когда-то пришла в библиотеку вообще без опыта съёмки и умения обращаться с профессиональной аппаратурой. При создании фотографий, роликов использую исключительно телефон, и они получаются весьма достойными. Поэтому, уверяю, даже без навороченной камеры, с помощью обычного смартфона можно научиться снимать «вкусно» и быстро. Но прежде надо спросить себя: а будет ли интересно зрителю смотреть видео? Захочет ли он прийти после знакомства с ним в библиотеку? Отвечая на эти вопросы, можно руководствоваться следующими критериями.

- ✓ **Новизна.** Мы не останавливаемся на каком-то одном формате, пробуем снимать под разными углами, чтобы видео получалось динамичным. Живые, эмоциональные ролики всегда вызывают интерес у пользователей.

✓ **Продолжительность.** Удержание внимания зрителя — непростая задача. Несмотря на то что подростки проводят весь свой досуг в телефоне, они отдают предпочтение коротким сюжетам. Взрослые выбирают последние ввиду нехватки времени. Поэтому оптимальная длительность ролика — до 5 минут.

✓ **Качество.** Человек хочет видеть интересную, красивую картинку. Речь идёт не только об объекте съёмки, но и о подходе к процессу создания видео, построении композиции. Можно снять классный контент даже на старый телефон, а с профессиональным оборудованием — всё испортить.

ОТКУДА БРАТЬ ИДЕИ?

Далеко ходить не надо, ведь в распоряжении сотрудников — тысячи интереснейших книг, в стенах библиотеки проводятся мероприятия самой разнообразной тематики. И это отличное пространство для творчества! Представим некоторые рабочие кейсы Библиотеки имени Б.А. Машука.

Освещение значимых мероприятий

- VIII Международный общественный писательско-издательский форум «Столичные издания XXI века. Диалог наставников»

Для продвижения мероприятия сотрудники библиотечной системы Благовещенска провели большую имиджевую работу: организовали пресс-конференцию, создали уникальный дизайн для оформления различной продукции, устроили рекламную кампанию, сняли проморолики, а по завершении форума — итоговое видео (ознакомиться с ним можно, считав QR-код). И, внимание: из оборудования был только телефон!



- Семейный научный фестиваль «Фамильный обсерваториУМ» (проводился в рамках Международной недели науки и мира, Десятилетия науки и технологий в России, а также был частью Всероссийской библиотечной акции «Молодёжная неделя цифровых технологий»)

Чтобы рассказать о мероприятии, мы сняли видеоотчёт. (Работы в этом жанре, по моей задумке, должны просматриваться «на одном дыхании».) Через интервью с участниками были переданы атмосфера фестиваля, идея проекта, эмоции гостей. Такой формат очень хорошо зарекомендовал себя, поэтому мы стараемся систематически создавать подобные пост-релизы.

Инфоповоды «коротыши»

Человеку нужен человек, а читателю — библиотекарь. По данным аналитики, сухие отчёты в соцсетях учреждения просмотров не прибавляют. Интерес у подписчиков вызывают «живые», эмоционально окрашенные посты. Например, с таким посылом, как «Нас посетил библиопёсик» или «Новость дня! Наш библиотекарь пропал! Куда? Он отправился в незабываемое путешествие по поимке книжных задолжников». Ищите инфоповоды в своей работе — они повсюду! Сообщайте аудитории с помощью коротких видеозарисовок по 20 секунд о новых выставках, книгах, сотрудниках.

Реклама библиотеки, продвижение её услуг, клубных объединений

Видео контент играет значимую роль в популяризации деятельности учреждений отрасли. Мы, в частности, с этой целью сняли имиджевый сюжет, который отправили на Всероссийский конкурс видеороликов «Место притяжения». И заняли первое место! Конкуренцию нам составляли 80 библиотек со всей России!

Книжные обзоры

Наибольшую популярность имеют небольшие ролики продолжительностью около минуты. Их можно транслировать где и когда угодно: например,

Победу во Всероссийском конкурсе видеороликов «Место притяжения» мы одержали благодаря работе «Современная библиотека — пространство возможностей». Посмотреть его можно, считав QR-код.



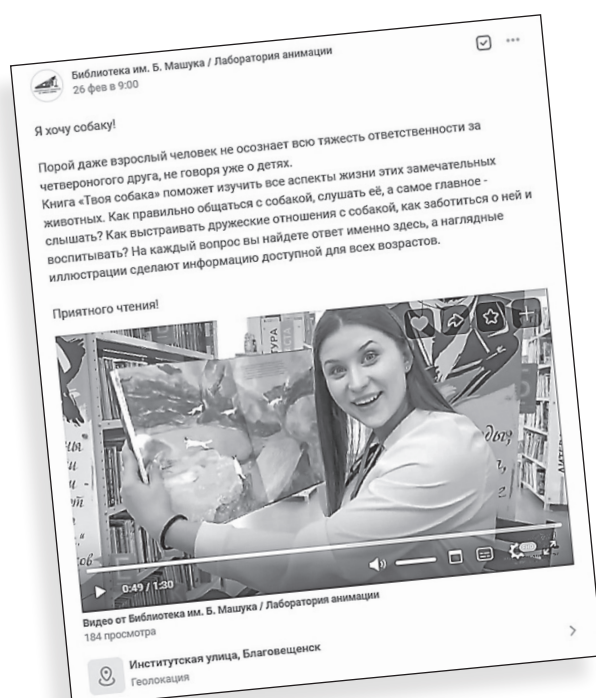
■ По итогам VIII Международного общественного писательско-издательского форума «Столичные издания XXI века» специалисты подготовили не сухой пост-релиз, а яркий ролик, который позволяет проникнуться атмосферой мероприятий



на абонементе или в холле библиотеки, во время мероприятий. Читатель, которого привлекла необычная подача, наверняка возьмёт книгу.

РУКОВОДСТВО К ДЕЙСТВИЮ

Вопреки стереотипу, на создание роликов не требуется много сил и времени. Ваши главные помощники — интерес и желание. А остальное само придёт. Хотя, безусловно, без определённого багажа знаний не обойтись. Давайте пройдем весь путь от идеи до публикации видео — рассмотрим необходимые инструменты и программы, а также правила, которых стоит придерживаться.



ЭТАП ПЕРВЫЙ. ПОДГОТОВКА

Скачайте приложения для съёмки

Современные смартфоны оснащены очень хорошими камерами, позволяющими делать качественное видео и регулировать множество настроек. Однако любая из них уступает по функционалу специальным приложениям, которые предназначены исключительно для съёмки роликов. Среди таких, к примеру, FiLMiC Pro. Правда, оно платное. Однако в Google Play (для смартфонов на базе ОС «Андроид») и в AppStore (для iPhone) есть немало программ, доступных на безвозмездной основе.

Заранее подберите музыку

Если сроки подготовки ролика сжаты, лучше сначала найти фоновые композиции, а уже затем переходить к съёмке. Отыскать нужное помогут тематические группы «ВКонтакте», например «Музыка для YouTube без авторских прав». Также можно воспользоваться поисковиком, вбивая запросы «бесплатные биты», «музыка для видео», «минусы».

■ Видеорассказ о книге превращается в настоящую экскурсию по изданию, во время которой можно вместе с библиотекарем полистать страницы и рассмотреть рисунки



Настройте смартфон

Отрегулируйте экспозицию и фокусировку. Под первым понятием подразумевается количество света, которое попадает на матрицу вашей камеры. Чем его больше — тем светлее будет фотография. По нашему опыту, параметры, влияющие на экспозицию (выдержка, диафрагма), лучше задавать умеренные.

Фокусировка имеется автоматическая и ручная. В последнем случае вы можете сами определить, какая часть изображения выделится за счёт резкости. На смартфоне это сделать легко: наведите камеру на объект, нажмите на него на экране — и фокус готов.



Правильно выберите положение и место для съёмки

Разместите аппаратуру так, чтобы в кадр не попадали посторонние предметы (если только не предполагается динамичная съёмка). Соответственно, главные объекты должны «входить в экран». При статичной записи обязательно убедитесь, что сверху и по бокам есть отступы. Самая частая ошибка начинающих операторов — «срезание» голов или тел людей. Не допускайте подобного!



Найдите подходящее освещение

От него в значительной степени зависит результат. Если вы снимаете в помещении, при необходимости обеспечьте дополнительные источники света. Например, поставьте лампу рядом со смартфоном — лучи не будут бить в объектив, а картинка станет видна лучше.

Кстати, тёмный кадр получится и на улице в ясный день, если вы снимаете против солнца. Профессионалы считают, что лучшее время для записи — через 2–3 часа после рассвета или за 2–3 часа до заката.

Можно ли снимать видео на телефон ночью или в темноте? Да, если того требует концепция или у вас имеется профессиональное оборудование. В остальных случаях от этой идеи лучше отказаться.



Приготовьте фиксатор для телефона

Профессиональные операторы всегда используют в своей работе штативы: даже самая дорогая аппаратура со стабилизаторами не может обеспе-



■ Для стабилизации изображения оператор использует специальный штатив для смартфона

чить полного отсутствия тряски. Что уж говорить про смартфоны, которые отзываются на малейшее движение и даже дыхание оператора! К счастью, в магазинах техники можно найти штатив любого размера по доступной цене. Если же у вас нет возможности приобрести его, импровизируйте: например, для ровной съёмки из иллюминатора самолёта некоторые умельцы приклеивают гаджет прямо к стеклу (разумеется, с внутренней стороны).

ЭТАП ВТОРОЙ. ОПЕРАТОРСКАЯ РАБОТА



Выберите формат, исходя из своих задач

В основном мы делаем горизонтальные видео, поскольку они подходят для размещения на большинстве площадок и трансляции на различных устройствах. Снимая вертикальные ролики, вы тем самым ограничиваете себя, так как подобные варианты пригодны только для сторис и платформы «VK Клипы». К примеру, их нельзя демонстрировать в качестве рекламы на экране в библиотеке.



Снимайте в лучшем качестве

Если ваш мобильный телефон поддерживает съёмку HD, FullHD или ещё более высокое разрешение, пользуйтесь этим и изменяйте настройки. Учтите, что после съёмки улучшить качество уже не получится. Но помните: чем красивее и чётче картинка — тем больше ролик «весит». Поэтому заранее освободите место в памяти смартфона.



Откажитесь от статичной картинки

Чередуйте общий, средний и крупный планы. Лучше всего снимать не более пяти секунд каждый. Тогда вы точно удержите внимание зрителя и покажете самую суть без «воды».

ЭТАП ТРЕТИЙ. МОНТАЖ

Заключительный шаг работы — обработка видео. В идеале лучше удалять лишние кадры ещё во время съёмки, чтобы процесс монтажа происходил быстрее. Однако, так или иначе, без него не обойтись, поскольку этот этап предусматривает целый ряд задач:



настройку цвета, экспозиции, добавление фильтров;



«комплектацию» ролика — обрезание ненужных частей, подгон под определённый тайминг (например, под продолжительность фоновой музыкальной композиции);

■ **Материал отснят, теперь необходимо его обработать: убрать ненужное, добавить фильтры, спецэффекты и вставки**



сведение видеоряда и звуковых дорожек, если использовались внешние микрофоны;



добавление интересных переходов между разными кадрами и планами, заставок, пояснительных вставок, финальных титров, субтитров;



включение спецэффектов;



конвертирование видео в нужный формат.

Продвинутые смартфоны могут самостоятельно редактировать ролики: например, накладывать фильтры или добавлять примитивные спецэффекты. Однако для качественного монтажа лучше воспользоваться сторонними программами, которые можно скачать на телефон или установить на ПК.

Среди компьютерных программ для новичков отметим следующие.



Movavi Video Editor. У программы простой интерфейс, базовые и продвинутые инструменты для монтажа, множество обучающих статей и видео. Подписка платная, но предоставляется пробный период. Есть и бесплатная версия, однако в ней доступны не все функции.



Vegas Pro. Один из наиболее интуитивно понятных видеоредакторов, с которого удобно начать освоение монтажа. Подписка платная, но есть пробный период — 30 дней.



CapCut (ПК-версия). Универсальная популярная и простая в освоении программа. В руководстве к ней есть девять роликов, в которых разработчики отвечают на частые вопросы пользователей. Программа бесплатная.

Ввиду того что наша МИБС является бюджетным учреждением, мы не можем заказывать платную рекламу наших соцсетей. Поэтому продвигаем группы самостоятельно. Так, на абонементе предлагаем взять визитку библиотеки с её контактными данными, QR-код со ссылками на паблик и телеграм-канал.

Из приложений для монтажа на смартфоне стоит выделить CapCut, InShot, Imovie, YouCut, VideoShow. Доступ к полному функционалу — платный, однако вам будет достаточно базовых опций.

Вышеперечисленные редакторы подойдут для установки на компьютер с операционной системой 64-разрядной версии Microsoft Windows 7/8/10/11. Для начала этих программ будет более чем достаточно, чтобы выполнить базовые задачи при монтаже.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Предположим, вы решили взяться за создание контента и уже сняли первые ролики. Где же их выкладывать и как продвигать? Рассмотрим несколько вариантов, которые показали свою эффективность в повышении показателей книговыдачи и посещаемости.

✓ Социальные сети

Это самый мощный ресурс при условии, если вы ведёте группу регулярно. Каждый день должен выходить хотя бы один пост. По статистике, чем чаще публикуется контент, тем интенсивнее растёт количество просмотров. А если речь идёт о видео, которым все коллеги поделились с друзьями, а те со своими знакомыми, — популярность ролика обеспечена! Персонал библиотеки активно участвует в продвижении сообщества: сотрудники делятся ссылками на посты на своих страницах, в статусах, историях, тем самым увеличивая охват пользователей.

✓ Телеграм-канал

Здесь помимо видеороликов мы публикуем истории, афиши с возможностью быстро записаться на мероприятия (аудитория набирается за считанные минуты!). Также в мессенджере доступна услуга продления книг.

✓ Видеохостинги (RUTUBE, YouTube)

Больше подходят для крупноформатных публикаций: интервью, подробных обзоров, подкастов и др. Однако на YouTube всё большую популярность набирают короткие видео, так называемые shorts. Поэтому данная платформа — многофункциональная.

✓ Пространство библиотеки

Для трансляции роликов можно использовать всё имеющееся оборудование: мониторы в холле, проекторы, ноутбуки, планшеты. Ежедневно мы показываем рекламу библиотечных услуг, издательских новинок, обзоры книг, видео с мероприятий и другой контент, в том числе профилактической направленности (для защиты от мошенничества, предотвращения пожаров и других чрезвычайных происшествий).

Следуя представленным выше рекомендациям, вы сможете хорошо прокачать свои навыки в съёмке, продвижении роликов и привлечёте внимание жителей к библиотеке.

Что нам даёт видеоконтент?

- 👍 Рост охвата читателей, которые желают участвовать в жизни библиотеки;
- 👍 увеличение показателей регистрации новых пользователей, посещаемости и книговыдачи;
- 👍 повышение узнаваемости учреждения;
- 👍 привлечение потенциальных партнёров, единомышленников для реализации социальных проектов.

Все видео доступны в группе «Библиотека им. Б. Машука / Лаборатория анимации» в соцсети «ВКонтакте» и по QR-коду.



Главный наш совет — ничего не бойтесь, делайте свою работу, как для себя любимых! Если вы загоритесь идеей и с увлечением будете работать над контентом, то и вашим читателям видеоролики окажутся в радость, а значит, они обязательно придут на мероприятия, возьмут новую книгу и примут участие в проектах.

