



Елена АНИЧКИНА,
учёный секретарь
Орловской областной детской
библиотеки имени М.М. Пришвина

г. Орёл



Внимание! Вы в кадре

ВЧЕРА КОМПЛЕКТАТОР – СЕГОДНЯ РЕЖИССЁР

Цифровые продукты создаются в стенах «Пришвинки» достаточно давно, но с 2020 г. проекты приобрели интерактивный характер. Теперь они напрямую ориентированы на потребности юных пользователей, подстраиваются под их интересы и запросы. В качестве площадок для трансляции соответствующего контента выступают в первую очередь социальные сети – официальные группы в «Фейсбуке» и «ВКонтакте», а также сайт ООДБ. Предлагаем познакомиться с опытом специалистов и принципами их работы.

ГРАНИ ОБЩЕНИЯ

Главное условие концепции виртуального взаимодействия с аудиторией – минимум репостов и максимум уникального контента. К этому стоит добавить обязательное соблюдение авторских прав и сетевого этикета, доброжелательное общение с участниками групп. Работа строится с учётом того, что контент должен выполнять просветительскую, а не просто развлекательную функцию. И конечно, во главу угла поставлен принцип качества, а не количества.

Занимательные альбомы

В период самоизоляции в дистанционный формат были переведены сразу две наши популярные чи-

тательские программы: занятия семейного клуба выходного дня «Занималочка» и цикл уроков «Кукольный сундучок» по изготовлению народной тряпичной игрушки. Сначала записи этих мероприятий были загружены в один общий альбом на странице библиотечной группы «ВКонтакте», а затем, когда контента накопилось много, его разделили на два блока – для удобства юных подписчиков.

Видеоформат не предполагает конкретного срока начала занятий – ролики можно смотреть в любое время и прерывать, если нужно. Выполнять задания удобно в домашней обстановке. Конечно, при такой подаче отсутствует живой контакт библиотекаря с ребёнком, теряется радость общения. Поэтому необходимо выдерживать максимально дружелюбный тон, неспешный

ритм разговора, употреблять прямые словесные обращения к зрителю.

Подготовленные нами программы пользовались популярностью у подписчиков и получили многочисленные положительные отзывы. Позже, когда ограничения на проведение массовых мероприятий постепенно снимались, интерес к виртуальным занятиям снизился: за время карантина читатели успели соскучиться по живому слову. Тогда мы решили перевести и «Занималочку», и «Кукольный сундучок» обратно в офлайн.

Мастер-класс на завтрак

Несомненной находкой стала наша новая рубрика «Литературные завтраки». Описания тех или иных блюд встречаются во многих литературных произведениях. Так почему бы, вынужденно сидя дома, не почитать с детьми книжку и не приготовить кушанье, которое пробуют её герои, или не повторить кулинарный опыт известного писателя?

Библиотекари «Пришвинки» помогли подписчикам организовать столь полезный и приятный семейный досуг. Не слишком сложные мастер-классы очень понравились публике. А самое главное – оказалось, что такое привычное дело, как приготовление еды, является действенным средством рекламы чтения.

Удачный опыт реализации перечисленных выше программ и положительные отклики пользователей мотивировали наших сотрудников на планирование новых интернет-проектов – краткосрочных (сезонных) и длительных (сроком на год и более). Они задумывались уже не просто как трансляции очных библиотечных мероприятий, по необходимости переведённых в удалённый режим, а именно как полноценные онлайн-мероприятия, рассчитанные на общение в видеоформате. Задачи остались прежними: создание уникального и полезного контента для подписчиков, продвижение ценности книги и чтения в виртуальном пространстве.

Сказки у камина

Проект вечерних чтений для малышей получил название «Сказки у камина». Поскольку такой очаг ближе по духу к иностранной литературе, материалами для проведения занятий послужили произведения зарубежных авторов: Дональда Биссета, Эдварда Лира, Энид Блайтон, Арнольда Лобела.

К новогодним праздникам в библиотеке была оборудована тематическая локация, которая стала использоваться и как фотозона, и как место для съёмок программы. Видеопроект был сезонным, его выпуски выходили еженедельно с января по март. Предстоящей зимой мероприятие планируется возобновить.



Просто о сложном

Развитое филологическое мышление, осознание языка как единой системы необходимы для интеллектуального развития человека. Проблемы с орфографией и культурой речи, неумение формулировать мысли устно и письменно чаще всего возникают из-за отсутствия привычки читать, а также слабого понимания словоизменительных парадигм и взаимосвязей лексических единиц. Одна из задач нашей виртуальной программы «Школа юного лингвиста» – дать хотя бы общее представление об этих аспектах. Целевой аудиторией данного проекта, особенно актуального в текущий Год науки и технологий, являются учащиеся средних и старших классов.

Желание в доступной форме рассказать ребятам о родном языке, его истории, осветить любопытные факты продиктовано и другим моментом – избытием «гуляющих» в интернете фейковых, псевдолингвистических сведений. Важная задача нашей программы – научить подростков грамотно пользоваться информацией, проверять её (с помощью словарей, справочных сайтов, ресурса «Национальный корпус русского языка»).

Выпуски «Школы юного лингвиста» публикуются два раза в месяц, каждый из них посвящён определённой теме. Мы уже рассмотрели тео-

▲
Специалист
Орловской
областной детской
библиотеки
А.И. МАЗИНА
ведёт вечернюю
программу
для малышей
«Сказки у камина»

- ▶ Запишите несколько дублей видеоролика, чтобы потом можно было выбрать самый удачный вариант.
- ▶ Располагайте камеру примерно на уровне глаз ведущего, чтобы ему не приходилось постоянно наклонять или поднимать голову. К тому же, если объектив размещён слишком низко или высоко, фигура человека будет казаться непропорциональной.
- ▶ Держите смартфон ровно, а лучше закрепите его на штативе. Это избавит от эффекта «заваленного горизонта». Если специального крепёжного приспособления нет, выручит импровизированная подставка – стопка книг.

ретическую базу и перешли к истории отдельных слов. Реализация программы продолжится и в следующем году.

Обо всём на свете

Ещё одна наша разработка – цикл виртуальных занятий «Познавай-ка». Основной целью данного интернет-проекта является реклама детской литературы нон-фикшн. Уроки рассчитаны на школьников 7–14 лет.

Во время каждого урока библиотекарь знакомит подписчиков с увлекательными и полезными книгами, а также представляет небольшой рассказ на ту или иную тему. Ведущему помогает игрушечный жирафик Познавайка, который любопытен, как и все дети, и этим близок и симпатичен юным зрителям. Участие забавного героя, стремящегося к знаниям, позволяет сделать видеоролики более динамичными, привлечь внимание ребят к достижениям науки и надолго удерживать их интерес.

К СЪЁМКАМ ГОТОВЫ

Работа по созданию видеоконтента довольно трудоёмка. Порой на реализацию даже самого, казалось бы, простого проекта уходит масса

Во время съёмки старайтесь держаться непринуждённо. Общаясь со зрителями, направляйте взгляд прямо в камеру. Для удобства приклейте на её корпус стикер или какой-то другой яркий маркер. Когда в кадре беседуют два человека, правильнее, чтобы они были обращены друг к другу. Не требуется постоянно смотреть в объектив и в случае создания видеоролика о каком-то игровом действии.

времени и ресурсов. Требования к качеству подобной продукции очень серьёзные. Поэтому, планируя создание ролика, автор должен их учитывать.

Традиционно контент представляет собой либо обзорный видеоряд с музыкальным или голосовым сопровождением, либо съёмку на камеру какого-то конкретного действия. Многие библиотеки, в том числе наша, не оснащены профессиональным техническим оборудованием для подобной работы. Мы, например, обычно используем смартфон с камерой и диктофоном, а затем обрабатываем готовый материал в видеоредакторе.

Стоит помнить, что характеристики фронтальной камеры чаще хуже, чем тыловой. Поэтому и качество ролика будет соответствующим. Но при необходимости задействовать объектив, расположенный на передней панели смартфона, вполне допустимо, особенно когда съёмка ведётся долго или библиотекарю надо видеть себя в кадре.

Также следует позаботиться о хорошем освещении и продумать колористическое решение. Ведущим желательно надеть однотонные костюмы. Оптимально, если и фон будет нейтральный, не пёстрый. Хотя, как показывает практика, в библиотеках съёмка чаще ведётся на фоне стеллажей с разноцветными книгами. И конечно, перед началом работы не забывайте протереть объектив.

Видеоряд должен соответствовать теме и быть эстетически привлекательным. Конечно, без анимационных эффектов ролик, снимаемый для детей, может получиться скучным. Однако и перегружать ими кадр не стоит. Кричащий дизайн тоже не идёт на пользу делу.

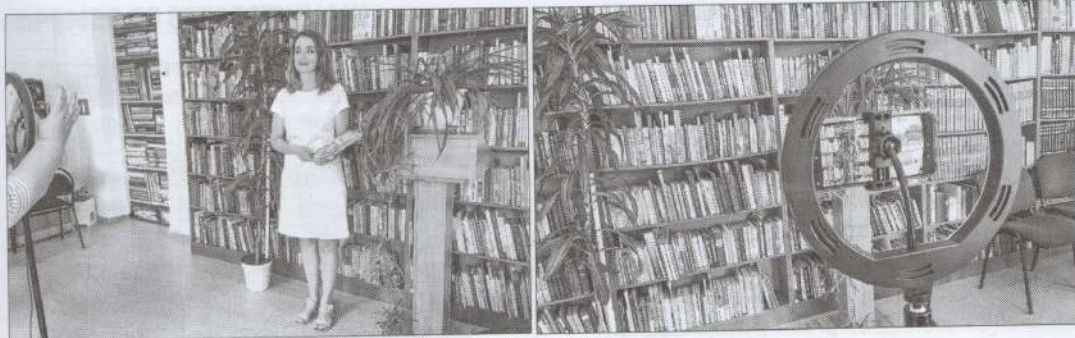
Музыкальное сопровождение не может диссонировать с действием – оно призвано помогать восприятию, а не мешать ему. Если для видео берутся фото или графика из интернета,



▲ Учёный секретарь ООДБ Е.М. АНИЧКИНА знакомит учеников виртуальной «Школы юного лингвиста» с русским дореволюционным алфавитом



Общаясь с юными зрителями сотруднице «Пришвинки» М.Н. СОРОКИНОЙ помогает любопытный игрушечный жирафик – герой рубрики «Познавай-ка» ▶



◀ В кадре – библиотекарь Е.В. ТОЛМАКОВА. Съёмочный процесс осуществляется по всем правилам: выбран оптимальный формат изображения, продуманы освещение, композиция, ракурс, костюм

то они должны быть хорошего качества, чёткие, без подписей и водермарок, одного формата. Следует помнить и о соблюдении авторских прав на заимствованные материалы.

С ГЕОМЕТРИЧЕСКОЙ ТОЧНОСТЬЮ

Какой формат видео выбрать: вертикальный или горизонтальный? Общепринятым стандартом является первый – даже с учётом того, что большая часть просмотров осуществляется с мобильных устройств, где экран можно располагать в обоих положениях. Смартфон перевернуть легко, но вот ноутбук, а тем более компьютер – уже затруднительно. Ничего критичного в создании вертикальных видеороликов, конечно, нет. Но всё-таки традиция и уважение к зрителю предполагают именно горизонтальную съёмку (если только речь не идёт о сториз для «Инстаграма»).

Поскольку чаще всего предполагается, что внимание пользователей онлайн-контента будет направлено на библиотекаря, лучше выбрать средний план съёмки, причём он может быть

разным. В соответствии с терминологией кино- и видеооператоров изображение фигуры человека по пояс – это первый средний план, по бедра или до колен – второй. Оба варианта вполне допустимы. Они позволяют ведущему наглядно продемонстрировать зрителям какие-то конкретные предметы, например книги. К тому же на небольшом расстоянии от камеры выступающий может обойтись без микрофона.

Профессиональные фотографы и операторы советуют снимать человека так, чтобы граница кадра не пересекала линии его пояса, локтей, коленей. Лучше, если линия проходит посередине бёдер или голеней. В то же время выбор плана стоит подчинять особенностям и задачам будущего ролика. На фоне улицы, например, возможна съёмка в полный рост, а вот крупного плана (по грудь) желательно избегать.

Следует помнить и о так называемом правиле третьей. Ключевые объекты и ведущий не должны располагаться строго посередине. Гораздо удачнее смотрится композиция, когда смысловой центр находится на пересечении прямых линий, делящих кадр на девять равных частей.

Как правило, библиотечные видео представляют собой некую заочную беседу ведущего со зрителем на ту или иную тему, связанную с литературой. Поэтому в данном случае вполне уместны и разговорная интонация, и проявление эмоций. А вот долгого, однообразного зачитывания текстов по бумажке точно быть не должно. Увы, этим грешат многие. Если информации очень много и нет возможности выучить её целиком, можно снять ролик частями (примерно равными по продолжительности, не очень короткими фрагментами), а затем вставить между ними картинки или какие-то отбивки.

С ЧУВСТВОМ, С ТОЛКОМ, С РАССТАНОВКОЙ

Деловое и личное общение в интернете стало важной стороной нашей жизни. Многие учреждения и частные лица успешно развивают свои сайты, ведут аккаунты в социальных сетях, записывают блоги. В этой связи стремление библиотек взаимодействовать с аудиторией в видеформате является вполне своевременным и оправданным. Вниманию читателей предлагаются различные тематические рубрики: рассказы о книжных новинках, интервью с интересными людьми, анонсы акций, репортажи о проведённых мероприятиях и пр. Опыт показал: подобные ролики весьма востребованы. Создавая видеоконтент, позаботьтесь о том, чтобы он был уникален в плане содержания и формы, качественно изготовлен, увлекательно преподнесён и отвечал своей главной цели – просветительской. 