

І. А. Хоменко,  
д-р наук із соц. комунік.;  
В. І. Фоменко,  
кінодраматург

УДК 007: 304: 001: 3: 070.448: 621.396.7

## Від драматичних мініатюр до аудіобуктрейлерів з елементами тизерної соціальної реклами: інноваційні концепти кафедри телебачення та радіомовлення Інституту журналістики

*Стаття присвячена розробці і впровадженню нових форм художньої комунікаційної продукції: драматичної мініатюри і звукового буктрейлера.*

*Ключові слова:* буктрейлер, драматична мініатюра, радіодрама, інтернет.

**О**б'єкт дослідження: еволюція сучасного виробництва мультимедійної комунікаційної продукції.

*Предмет* дослідження: конвергентність пошуків нових форм аудіовізуальної продукції в Україні і світі, розглянута на прикладі жанрів драматичної мініатюри і буктрейлера.

*Мета* дослідження: введення у науковий обіг і практику радіовиробництва нових концептуальних рішень творчого синтезу класичної культурної спадщини та сучасних медійних технологій.

*Завдання:* проаналізувати процеси формування жанру драматичної радіомініатюри і буктрейлера; обґрунтувати можливості суспільного позитивного впливу цих різновидів комунікаційної продукції; ввести у науковий обіг дані про інноваційні розробки Інституту журналістики в напрямі створення малих форм аудіовізуального і акустичного мистецтва.

*Актуальність* теми випливає з потреби у комунікаційній консолідації суспільства. Адже зручні для сприйняття малі форми телевізійної і радіодраматургії є надійним засобом формування у різних людей спільного світосприйняття і засад взаєморозуміння.

Огляд літератури за темою дослідження: технології виробництва буктрейлерів досліджено Д. Паттісоном [1], історію жанру – Л. Оборінім [2], проблема диференціації форм радіомистецтва розглянута в матеріалах обговорення першої української радіодрами «Понад усе» [3], системну модель драматичного радіотвору гібридного напрямку досліджено В. Фоменком та І. Хоменком [4], українській драматичній мініатюрі присвячено дослідження А. Мамалиги та

Д. Данильчука [5], особливості впливу аудіальної комунікації на аудиторію описані Е. Фроммом [6]. Комплексне компаративне дослідження жанрів буктрейлера і драматичної радіомініатюри здійснено вперше.

У 2003 р. на книжковому ярмарку в Луїзіані широкому загалу вперше було представлено новий жанр. Видавництво презентувало роман К. Фіхан «Темна симфонія» за допомогою короткого відеосюжету. Цей кліп являв собою своєрідну цитату з не знятого кінофільму за мотивами книги. Його прийомом була недомовленість, виражальними засобами – образні ресурси, напрацьовані досвідом кінематографа, метою – не переказати твір, а заохотити прочитати його.

Новий жанр назвали «буктрейлером» (від англ. «book», «книга» і «trailer», тобто «трейлер», «причеп» – звичний у кінопрокаті додаток до основного показу, анонс іншої стрічки, що демонструється перед сеансом або в рекламних паузах).

Він швидко вийшов за межі професійного рекламного виробництва. Здобув популярність в інтернеті, став невід'ємним складником контенту відеохостингів і, нарешті, перетворився на форму сучасної народної творчості. Тисячі читачів сьогодні не просто викладають враження від книг на форумах, а, використовуючи можливості мультимедіа, ілюструють улюблені твори короткими відеоанотаціями.

Джерела [1; 2; 7; 8], звідки автор запозичив стисло і узагальнено викладені вище факти, вміщують суперечливу інформацію про передісторію жанру. Існує думка, що перші експерименти з формою екранізованої цитати було



здійснено на початку третього тисячоліття [2]. Інші автори починають відлік з 1986 р., коли на відео було знято слайд-шоу за мотивами роману Дж. Фарріса [7]. Ця відеопрезентація була статичною і не нагадувала маленький ігровий фільм, анімацію або розповідь перед камерою (така форма буктрейлера теж існує; взагалі фахівці сьогодні нараховують не менше 10 різних засобів поєднання звуку і зображення в межах названого екранного продукту [1]).

Як дослідники медіа, автори можуть додати, що спроби візуалізації літературного тексту здійснювалися і значно раніше, ще у першій третині ХХ ст. Кінематограф і образотворче мистецтво відреагували тоді на стрімкий розвиток радіодраматургії створенням кіносюжетів і коміксів, призначених для перегляду в процесі прослуховування радіовистави або після (під враженням від неї). Подібний комікс було підготовлено і за мотивами першої української радіодрами «Понад усе» (1933, Харків) [3].

Так чи інакше, комп'ютерна доба надала буктрейлеру нові можливості розповсюдження і виробництва. Фактично, цей жанр став засобом поєднання сучасних інформаційних технологій і класичної культурної спадщини.

Є всі підстави вважати, що у галузі експериментів із короткими формами аудіовізуального мистецтва українські медіа якщо не випередили виробників і дослідників інформаційного контенту інших країн, то, принаймні, не відстали від них. Безпосереднє відношення до цих пошуків має кафедра телебачення та радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

У 2002 р. в ефір Українського радіо вийшов серіал драматичних мініатюр «Пам'ятаймо» (робоча назва «Зв'язок часів», автори – І. Хоменко та В. Фоменко, виробництво – НРКУ). Теоретичним підґрунтям концепції цього серіалу стали дослідження, здійснені на базі навчальної радіолабораторії ІЖ КНУ. Як можна зрозуміти з назви, метою програми була консолідація суспільства шляхом введення у контекст сучасного життя духовних та інтелектуальних надбань людства, скарбів національної і світової культур. Мініатюри створювалися в естетиці «фільмів без зображення» за участю провідних акторів українського театру і кіно. Кожна мініатюра була дуже короткою (не більше п'яти хвилин) оригінальною радіоп'єсою. Але за структурою вона нічим не відрізнялася від великих радіовистав. Вміщувала приблизно таку саму кількість дійових осіб, звукових планів і монтажних стиків, як і радіодрама традиційного хронометражу. Неодмінно інформувала слухача про першоджерела фактів (якщо запо-

зичені факти авторами використовувалися). Чітко розмежовувала документальні матеріали та ігрові епізоди – і водночас поєднувала їх у такий спосіб, що вони утворювали системну образну цілісність, яка впливала на слухача потужніше, ніж відокремлені складники [4].

Але головною характерологічною рисою мініатюр стала наявність своєрідного внутрішнього «відкритого простору», що заповнювався уявою слухача, спонукав до співтворчості. Інакше кажучи, міні-виставам серії «Пам'ятаймо» мистецька недомовленість у кращому розумінні цього слова була притаманна так само, як і експериментальним формам світового аудіовізуального мистецтва.

Проект виявився вдалий, вийшов за межі ефірного простору національної радіокомпанії, був адаптований іншими телерадіостанціями (у тому числі і закордонними), здобув фестивалі нагороди і, зрештою, став предметом спеціального наукового дослідження [5].

«Відбувалася акустична реконструкція квінтесенції події чи явища, яка дозволяла слухачеві нібито стати співучасником почутого. Усе тривало лише кілька хвилин, але за такий короткий час досягався результат значно відчутніший ніж від застосування масштабних радіоформатів. Ні до, ні після цього нічого подібного по силі емоційного впливу на слухача в історії Українського радіо не було.

Радіомініатюри виявилися настільки популярними, що їх ставили в ротацію, бо вони надзвичайно ефективно виконували функцію соціальної реклами, покликаної пробудити в серцях та душах слухачів почуття патріотизму, поваги до рідної історії, традицій, об'єднати людей навколо ідеалів, без яких неможливо сформувати свідому націю» – писав про серіал заступник Генерального директора НРКУ А. Табаченко (цитуються за текстом відгуку на автореферат докторської дисертації одного з авторів – І. Хоменка).

Звичайно, подібний проект не міг виникнути на порожньому місці. Можна згадати чимало творчих досягнень минулого, що вплинули на його форму (від американської соціальної радіодрами «золотої доби» Сі-Бі-Ес до інсценованих анонсів книг, які Українське радіо виробляло ще у минулому столітті; брав участь у цьому виробництві і В. Фоменко, інший автор цієї розвідки). Але не можна заперечувати, що серіал «Пам'ятаймо» набув нові риси, не притаманні попередньому досвіду радіомовлення. І одною з них став пошук інноваційних прийомів презентації класичної культурної спадщини.

Ось один із подібних прийомів, втілених у мініатюрі «Григорій Сковорода».



«Ілля Хоменко, Володимир Фоменко.  
“Григорій Сковорода і сучасність”.

**Голос:** Наш час. Київ. Квартира у неprestижному районі. Давні приятелі п'ють чай. Їхня розмова – то безнадійна спроба зрозуміти надії і поневіряння останніх років. Період історії, в якому заблукала їхня молодість...

(Дзенькіт посуду).

**Яків:** Тебе послухати – то хоч до секти якоїсь просять. Ні в чому сенсу нема...

**Афанасій:** Та яка там секта... Навіщо – секта? Будь яка секта – то спроба приватизації віри... Об'єднуються кілька людей – і хочуть зробити своєю приватною власністю віру у Господа та любов до ближнього. Ну скажи: щоб любити інших, допомагати комусь... просто корисним у цьому житті бути – хіба потрібне якесь формальне чи неформальне об'єднання?

**Яків:** Нібито ні.

**Лонгін:** Я тебе розумію. У тебе психологія солдата. Ти воїн у душі. Таким народився, іншим бути не здатен. Хочеш захищати добро – і не можеш. Бо час такий. Ось і нема тобі спокою...

**Афанасій:** Та який там воїн... Юрист я – за освітою. Моя справа – закони знати...

**Лонгін:** Не кажи... Злодій, шахрай – він закони теж знає. Навіть краще за тебе. Знає – і краде. А ти красти не будеш. Навіть під пістолетом. Ось і не вписався у час...

(Звуковий перехід; старовинна українська мелодія).

**Голос:** Друга половина вісімнадцятого століття. Україна. Людина з сумним і мудрим обличчям вкриває аркуш каліграфічними літерами. Це – великий український філософ Григорій Сковорода. Вигаданим чоловіки ведуть розмову про сенс буття. Їхні слова – архаїчні. Але зміст нічим не відрізняється від змісту розмов тих наших сучасників, що не втратили спроможність мислити, мріяти і співчувати.

**Лонгін:** Друг мой, Афанасій! Может быть, ты воином родился?

**Афанасій:** Не хочу... Я – не воїн. Я – законник. Гражданские законы знать – то моё дело.

**Яків:** Дай Бог вам знать законы да и вкус чувствовать. Тать крадёт, однак знает закон: «Не укради»...

**Голос:** Того, хто вперше відкриває для себе Сковороду і Платона, Конфуція і Прокоповича, іноді вражає думка, ніби великі – писали свої твори не колись, а зараз. Для нашого часу і про наш час. Думаючи про майбутнє, ніколи не зайве озирнутися і пошукати відповідь на болючі питання – в минулому. Пам'ятаймо. Українське радіо».

Зміст філософського діалогу Г. Сковороди відтворюється у мініатюрі з використанням сучасної лексики і в звичному для слухача акустичному середовищі. Коли прийом розкривається і звучить оригінальна архаїчна лексика першоджерела – руйнується культурна дистантність між сучасністю і минулим. Відновлюється той самий шекспірівський зв'язок часів, ідея нерозривності якого і була покладена в основу програми.

Дещо інакше, але з тою самою метою ідею цілісності часу і єдності народу як культурної

спільноти було втілено у серіалі «Іван Франко», створеного на Українському радіо тою самою творчою групою. Класична поезія подавалася у міні-виставах як ключ до розуміння сучасності:

**Голос 1:** Червень 1880 року. Коломия. На ліжку в дешевому номері готелю марить чоловік. Це – український поет і громадський діяч Іван Франко. Нещодавно він був хибно звинувачений у політичному злочині. Відбув арешт. У нього нема ані паспорта, ані грошей. Останні дні він жив за кілька дрібних монет, знайдених у піску біля річки.

**Франко** (без пафосу, ніби уві сні): Я бачив дивний сон. Немов передо мною – //Безмірна, та пуста, та дика площина, //І я, прикований ланцем залізним, стою// Під височенною гранітною скалою, //А далі тисячі таких самих, як я...

(Стукіт у двері).

**Франко:** Заходьте...

**Слуга:** Перепрошую, пане... Ви впізнаєте мене? Я – тутешній готельний слуга.

**Франко:** У мене нема чим платити.

**Слуга:** Так, я розумію.

**Франко:** Я не можу піти. Я хворий.

**Слуга:** Я бачу. Що з паном трапилося?

**Франко:** Був у тюрмі. В мене нема чим платити за номер. У мене нема паспорта. Що тобі ще треба?

**Слуга:** Та, власне, нічого.

**Франко:** Можеш кликати жандармів. Мені все одно.

**Слуга:** Я зараз повернуся, пане. (Кроки).

**Франко:** Під височенною гранітною скалою, // А далі тисячі таких самих, як я...

**Слуга:** Пане, тільки не засинайте... Ось, поїжте... Я вам супчику трошки приніс...

**Франко:** У мене нема грошей...

**Слуга:** Та які там гроші, пане. Їжте, набирайтеся сил...

**Голос:** У листі до Драгоманова від 26 квітня 1890 року Іван Франко згадував цей епізод свого життя. І стверджував, що від загибелі тоді його врятував один із спів'язнів. А ще – готельний слуга.

**Франко:** Так, готельний слуга. Він приносив мені іноді декілька ложок супу.

**Голос 1:** Трапляються часи, коли проти чесних людей ніби об'єднується все. Влада, гроші, тюрми, поліція. І тільки людяність та милосердя можуть допомогти пережити це лихоліття.

**Голос 2:** Хочете зрозуміти, що відбувається сьогодні в Україні? Читайте Івана Франка».

Наведені мініатюри (а також інші з тих, що вмщували літературні твори, – наприклад, рядки щоденника Тараса Шевченка, вірші китайського поета Йон Цзюня у перекладах Ніни Вернигори, думки філософа Вальтера Беньяміна) не давали вичерпне уявлення про цитований текст – але спонукали знайти і прочитати його. Створювали інтригу, своєрідну зачіпку для слухачької фантазії. У цьому розумінні вони нагадували буктрейлер особливого типу. Такий, що вмщує елементи тизерної реклами, але реклами соціального, не комерційного спрямування. Під тизерною рекламою (від *англ.* teaser – головоломка,





твір, що інтригує, дражнить, захоплює уяву) сьогодні розуміють твори, які не демонструють безпосередньо рекламований продукт, але дозволяють уявити його [8].

Але, як зазначалося, буктрейлер – візуальний твір. А візуальний твір за визначенням не може бути настільки відкритим для співтворчості, як твір акустичний, сприйняття якого повною мірою залежить від творчої уяви слухача. Популярність буктрейлера саме як відеопродукту була пов'язана з впливом кінематографа і занепадом мистецького радіомовлення. Але соціокультурний контекст змінився. Інформаційний простір розширився за рахунок адсорбції творчих надбань минулого сучасними засобами створення знань. Інтернет сьогодні фактично зрівняв можливості розповсюдження візуальної і акустичної мистецької продукції. Так, всі радіодрами авторів цієї розвідки, видані на аудіоносіях, представлені на тих самих файлообмінних сервісах, що і зразки кіномистецтва.

Зі сказаного логічно випливає ідея: зробити буктрейлер акустичним, авізуальним і поєднати його виробництво з процесом підготовки кадрів для радіомовлення. Цей задум був реалізований в Інституті журналістики.

Зараз за безпосередньою участю авторів цієї розвідки на кафедрі телебачення та радіомовлення здійснюється експериментальне дослідження нових коротких форм популяризації книжної культури засобами радіомовлення. Силами студентів 4-го курсу радіоспеціалізації підготовлено перший концептуальний проект аудіобуктрейлерів з елементами тизерної соціальної реклами. Серед коротких звукових кліпів-трейлерів, створених за мотивами творів Г. Х. Андерсена, А. де Сент-Екзюпері, Х. Мураками, С. Кінга (вибір першоджерела – на розсуд і смак студента) – є справжні режисерські і драматургічні шедеври. Головною характерологічною рисою кожної радіомініатюри є соціальна актуальність у широкому розумінні цього слова, співвіднесеність світової класики і проблем української сучасності. На практиці доведено, що виробництво високохудожніх драматичних проектів цілком можливе на технологічній базі звичайної радіоредакції. Ось зразок аудіобуктрейлера за прозою Івана Багряного, підготовлений студенткою Анною Коваленко:

*«Іван Багряний “Сад Гетсиманський”*  
(Буктрейлер)

(Відкривається зошит, перегортається аркуш паперу, чути як пише ручка).

**Голос** (тло – починає грати інструментальна музика, так само пише ручка): Чи здатна перемогти людина у боротьбі проти державної системи? Чи виживає справедливість у стінах беззаконня, коли людська гідність стоїть на межі буття і смерті? Коли катом виступає влада, а жертвою – народ...

Музика поволі стихає.

(Чутно повільні кроки, із неприємним скрипом відсувається стілець. Невеличка пауза).

**Слідчий** (іронічний посміх, потім повільно, діловитим тоном): Отже, я є ваш слідчий. Називаюся С е р г е в. Прошу любити і жалувати. Ваша голова в моїх руках. Ви зрозуміли?

**Герой**: Майже.

**Слідчий**: Ну, от, ви, я бачу, веселої вдачі. Це добре. Бо з поганою вдачею вам тут було б і зовсім погано. Сподіваюсь, що ви вже достатньо уявляєте собі, що ви прийшли сюди не на прогулянку і що перебуваєте не на курорті. Чи, може, вам там занадто добре і ви почуваетесь, як на курорті? Як ви думаєте, для чого вас сюди привели?

**Герой**: Наскільки я зрозумів з пред'явленого обвинувачення, мені закидаються пункти 2, 6, 8, 10 і 11 статті 54-ї. Так-от, це все неправда.

**Слідчий**: А що є правда?

**Герой**: Правдою є, що це все якась брехня, божевільна фантазія. Чи не здається вам, що тих пунктів забагато як на один раз.

**Слідчий** (після невеличкої паузи): Тут тебе, зрештою, не питають про правду. І нікому вона тут не потрібна. Правдою буде те, що я тобі тут начеплю. Ясно? Ти ворог – і це основне. Ти людина інтелігентна, а ні чорта не розумієш. Зрозумій, що раз ти ворог, то всі статті, які тобі начеплять, абсолютно правильні, хоч найбезглуздіші. І їх зовсім не забагато. «Запрос не б'є в нос», пойняв? Суть в тім, що ти ворог. А раз так – всі статті, до тебе прикладені, будуть правильні. Це раз. А друге – раз ти ворог, то в тебе ж є спільники й однодумці? Є! Напевно є! Так-от всі спільники й однодумці мусять бути ось тут, (б'є кулаком по столу) – ось в цьому й вся справа! І про тих всіх твоїх друзів і однодумців мусять бути твоя щиросердна сповідь, про всю вашу контрреволюційну діяльність, не боячись ніяких перебільшень. Ти даремно надієшся... На що ти надієшся? Ти згниєш в тюрмі, але ти не вийдеш з наших лап...

(Поволі вмикається музика, що грала на початку).

**Голос** (чути, як пише ручка): Існують сторінки минулого, які неможливо викреслити або переписати із книги історії. Спокуса аморальності здатна на воскресіння, а металеві лещата системи знову тягнуться до людської гідності. Часом, минуле продовжує жити в нашому сьогодні.

Інструментальна музика стихає, на її фоні починається заставка новин ТСН. Далі – хроніка новин Євромайдану, де засуджуються невинні, панує беззаконня з боку держави (додається окремим аудіофайлом). Коли звучить остання новина, голос журналіста переходить на задній план (ледь чути), натомість лунають цитати із відлунням з допиту слідчого із роману Багряного («Ваша голова в моїх руках...», «Правдою буде те, що я тобі тут начеплю...» і тому подібне). Голос слідчого стихає. Музика продовжує грати.

**Голос**: Нескореність людини перед системою, державні злочини, національна гідність, вірність заповітам, боротьба за свободу... поняття, які одвічно лунають крізь призму часу. Поняття, про які колись наважився розказати український письменник Іван Багряний. Читайте у його романі «Сад Гетсиманський», який став відкриттям для всього світу.»



У зв'язку з написаним виникає закономірне питання. Чи можна вважати прогресивним явищем повернення від аудіовізуальних форм мистецтва до акустичних і від оригінальних форм драматичного радіомовлення до репродуктивних (одною з яких і є буктрейлер). Адже радіо передувало виникненню телебачення, а ефірна репродукція друкованих текстів – виникненню оригінальної радіодраматургії.

Безумовно, можна. Те, що у радіомовлення і телебачення – різна соціальна функціональність, доведено багатьма дослідниками, зокрема психологом Е. Фроммом, що вивчив здатність радіомовлення формувати у людини навички зосередженої уваги [6]. А щодо формотворчої еволюції радіодрами, то вона не є завершеним лінійним процесом. Справді, художнє радіомовлення в усіх країнах розвивалося за конвергентною еволюційною схемою – від порівняно простих репродуктивних форм до оригінальних.

Але, подолавши формотворчу залежність від не притаманних йому рудиментів суміжних видів комунікації, радіо згодом використовує власний продуктивний досвід як для створення оригінальних художніх програм, так і для більш досконалої адаптації класичної спадщини, тобто, розвитку репродуктивного мистецтва на новому творчо-технологічному рівні. Що, як бачимо, і відбувається на прикладі жанру звукового буктрейлера.

**Висновки.** Можна вважати доведеним, що розвиток жанру буктрейлера (США, Західна Європа) і драматичної мініатюри (Україна) відбувався конвергентно, у дискурсі адаптації класичної культурної спадщини засобами сучасного аудіовізуального мистецтва. Можна вважати доведеним, що суспільно позитивний вплив інформаційної продукції такого типу пов'язаний з можливістю створення духовної та інтелектуальної основи

консолідації суспільства. Можна вважати доведеним пріоритет київської школи медійних досліджень у розробці і впровадженні комунікаційних технологій, які ґрунтуються на використанні малих форм акустичної драматургії. Доведено також, що досвід подібного виробництва можна ефективно використовувати в процесі підготовки журналістських кадрів.

1. *Pattison D.* Book Trailers [Електронний ресурс] / Pattison Darcy. – URL: <https://www.darcypattison.com/marketing/book-trailers/>.

2. *Оборин Л.* Скоро на полках! Способны ли трейлеры сделать для книжного рынка то же, что для индустрии кино? [Електронний ресурс] / Л. Оборин. – URL: [http://os.colta.ru/literature/projects/122/de tails/17834/?expand=yes#expand](http://os.colta.ru/literature/projects/122/de%20tails/17834/?expand=yes#expand).

3. *Uber alles* // Радіомовлення, слухання, техніка, аматорство. – 1933. – № 5–6. – С. 192–193.

4. *Хоменко І.* Системна модель «гібридної» (художньо-документальної) радіопроеграми у контексті проблеми регіонального жанротворення / Хоменко І. А., Фоменко В. І. // Регіональні ЗМІ України: історія, стан, перспективи розвитку. – Луганськ, 2010, 16–19 берез. – С. 159–175.

5. *Мамалига А. І.* Синтез мовностилістичних засобів публіцистичного позиціонування в оригінальній радіодраматургії (за матеріалами радіоп'єс І. Хоменка та В. Фоменка) / А. І. Мамалига, Д. В. Данильчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 24. – С. 95–106.

6. *Фромм Э.* Во имя жизни. Радиобеседа // Философия и жизнь. – М. : Знание, 1992. – № 1. – С. 8–27.

7. *Буктрейлер* [Електронний ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D1%80>.

8. *Тизер-трейлер* [Електронний ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%B7%D0%B5%D1%80-%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D1%80>.

Подано до редакції 17. 09. 2013 р.

**Khomenko Ilya, Fomenko Volodymyr.** From dramatic miniatures to audiobook teasers with elements of social advertsing: innovative concepts of the cathedra of the television and radio broadcasting of Institute of Journalism.

The article is sanctified to development and introduction of new forms of artistic communication: dramatic radiominiature and voice book trailer.

**Keywords:** Book trailer, dramatic radiominiature, radio play, Internet.

**Хоменко И. А., Фоменко В. И.** От драматических миниатюр к аудиобуктрейлерам с элементами тизерной социальной рекламы: инновационные концепты кафедры телевидения и радиовещания Института журналистики.

Статья посвящена разработке и внедрению новых форм художественной коммуникации: драматической радиоминиатюры и звукового буктрейлера.

**Ключевые слова:** буктрейлер, драматическая радиоминиатюра, радиопьеса, интернет.