
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 007:304:659.3

А.О. Бессараб

БУКТРЕЙЛЕР ЯК НОВЕ ЯВИЩЕ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Подано визначення поняття “буктрейлер”, історію його виникнення та класифікації: за авторством, тематикою, змістом, способом візуального втілення. Перелічено конкурси буктрейлерів, зокрема українські: Всеукраїнський конкурс буктрейлерів “Оживають герої на екрані у рекламі” (заснований ДЗ “Державна бібліотека України для юнацтва” разом з Українською бібліотечною асоціацією); Конкурс короткометражних фільмів “Книгопроектор” (заснований українським Інститутом громадського лідерства). Наголошено, що буктрейлери відкривають нові можливості і для видавців, і для читачів.

Ключові слова: буктрейлер, книга, читання, конкурс, просування.

I. Вступ

Наш світ сьогодні переживає чергову революцію в читанні, пов'язану з поширенням електронних видань та збільшенням кількості користувачів Інтернету, і, відповідно зміною культури читання та споживання книги. Останнім часом спостерігається втрата інтересу до читання книг, тож усі небайдужі, насамперед представники видавничого ринку, змушені шукати нові, ефективніші інструменти просування своєї продукції, нові форми спілкування зі споживачем з метою його заохочення до читання та придбання видавничої продукції. С. Водолазька наголошує, що результатом таких пошуків стали інноваційні видавничі промоції (продакшн-плейсмент, брендування, буктрейлер, краудфандинг), інноваційні канали мережевої комунікації (універсальні та спеціалізовані соціальні мережі, інтернет-проекти, відеохостинги, блоги та мікроблоги, форуми, чати, соціальні сервіси) [6, с. 79]. Як слушно зазначає О. Хмельовська, “світовий досвід показує, що власний канал видавництва на YouTube став уже не маркетинговим ходом, а правилом хорошого тону. Більшість видавничих гігантів має досить розвинені канали, на яких регулярно з'являються інтерв'ю з авторами, відео з презентацій і, звісно ж, буктрейлери” [18]. Усі ці новації потребують окремого дослідження.

Маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу висвітлено в працях Н. Ерішвілі, З. Партика, Н. Рябіної, М. Тимошика

та ін. Маркетингові комунікації в галузі видавничої справи розкрили у своїх працях Дж. Блайд, В. Теремко [16; 17] та ін. Певний інтерес у контексті нашого дослідження становлять міркування видавців щодо буктрейлерів, зокрема колишнього шеф-редактора видавництва “Грані-Т” Д. Ключко [14], керівника прес-офісу “Граней-Т” Т. Терен, директора видавництва “Meridian Czernowitz” І. Вікирчак, піар-менеджера видавництва “КСД” І. Лопатченка, директора видавництва “Академвидав” В. Теремка, української письменниці О. Форостині [18], директора видавництва “Ексмо” О. Новикова, письменника Бориса Акуніна, російського поета В. Вишневського [9] та ін.

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити буктрейлер як нове явище у сфері соціальних комунікацій.

III. Результати

Історія

Перші буктрейлери – слайд-шоу з ілюстрацій з підписами або закадровими коментарями. Таким було відео, зняте до роману Дж. Фарріса в 1986 р. У 2003 р. на книжковому ярмарку в Луїзіані вперше показали буктрейлер до десятого роману вампірської саги К. Фіхан “Темна симфонія”. Тоді це більше нагадувало музичний кліп. Ця подія стала початком популяризації буктрейлерів, які до цього поширювали переважно в Інтернеті, зокрема на YouTube. Зараз у США поширена практика реклами книги в шкільних автобусах. В Інтернеті можна переглянути буктрейлери на сайті World Book Day: [http://www. Worldbookday.com/booktrailers-online](http://www.Worldbookday.com/booktrailers-online).

У Росію цей спосіб просування книги прийшов у 2010 р. Фахівці видавництва “Азбука Аттікус” стали одними з перших, хто використав буктрейлер із цією метою (ролик до книги О. Мавріна “Псоглавці”). Створення цього ролика коштувало видавництву 10 тис. дол., але він зібрав в Інтернеті лише близько 10 тис. переглядів. Проте головним ефектом від ролика стали не прямі доходи й збільшення упізнаваності бренда, а публікації в пресі. За словами заступника директора зі зв'язків з громадськістю й реклами холдингу О. Бушуєвої, “це був перший професійний досвід зі створення буктрейлерів у Росії, тому багато журналістів написало про наш ролик. З'явилися посилання – зокрема, нас помітили на сайті Афиша.ру” [8]. Сьогодні активно підтримує напрям створення буктрейлерів видавництво “Ексмо”. На його сайті є спеціальний розділ, де розміщено ролики до книг-новинок: <http://eksmo.ru/media/book>.

Перший буктрейлер у нашій країні був до детективу Наталії та Олександра Шевченків, який демонстрували на Форумі видавців у 2010 р. Просувати буктрейлери спочатку стали книжкові видавництва, побачивши в цьому ресурсі новий інструмент для книжкового бізнесу. В Україні це видавництво “Грані Т”, яке, зокрема, у 2011 р. запустило перший ролик на серію “Життя видатних дітей” [18]. Зараз активно створює буктрейлери видавництво “Meridian Czernowitz”. Вони розпочали роботу в цьому напрямі в 2010 р., у 2011 р. підготували ролики на книги Юрія Андруховича, Оксани Забужко, Андрія Любки, Ігоря Померанцева (саме на одну з його книг Д. Ключко зробила для видавництва їхній перший трейлер). На думку директора “Meridian Czernowitz” І. Вікирчак, метою такої роботи є створення своєрідного супроводу книжки не тільки для розширення аудиторії, а й для підвищення рівня якості читання для українців загалом [18]. В Україні піонерами у створенні буктрейлерів були видавництва, зараз ініціативу підхопили бібліотеки.

Визначення

Оскільки буктрейлер – явище у сфері соціальних комунікацій нове, воно ще не має єдиного загальноновизнаного визначення, зафіксованого в довідковій, навчальній та науковій літературі. Певні спроби розтлумачити це поняття наявні в окремих публікаціях на спеціалізованих сайтах та в засобах масової інформації, а також у положеннях відповідних конкурсів.

Буктрейлер (англ. booktrailer) – це відеоролик тривалістю, як правило, 2–5 хвилин, що розповідає в довільній художній формі про яку-небудь книгу, візуалізуючи її зміст з метою популяризації або просування. Автор методичних рекомендацій щодо створення буктрейлерів Т. Лісовська подає такі його визначення: “короткий відеоролик за моти-

вами книги; відеоанотація книги; ролик-мініатюра, тизер, який включає в себе найяскравіші й найбільш упізнавані моменти книги, візуалізує її зміст; невеликий відеоролик, що розповідає в довільній формі про яку-небудь книгу” [2, с. 4–5]. В. Копилова також зазначає, що це “анонс на книгу у вигляді короткого відеоролика, тизера, який включає в себе найяскравіші моменти книги або в тому чи іншому вигляді візуалізує її зміст. Примітивно кажучи – кліп за книгою” [12]. Генеральний директор видавництва “Ексмо” О. Новіков наголошує, що “гарний буктрейлер – це не річ у собі, а інструмент просування” [9]. Тож видавництва, у тому числі українські, мусять зрозуміти потенціал використання буктрейлерів під час рекламних кампаній окремих видань. На допомогу видавцям часто приходять читачі. Ролики на книгу від читачів прийнято називати фантрейлерами чи фанбуктрейлерами (оскільки явище нове, то існує певна плутанина з термінологією). Російський поет В. Вишневський робить припущення про формування справді гарного малого жанру мистецтва – буктрейлерингу [9]. Борис Акунін, розмірковуючи над майбутнім буктрейлера як жанру, говорить про доцільність перетворення його “на свого роду моду та спорт, щоб можна було вдома на колінці або на мобільному телефоні, на вебкамері зробити щось таке про улюблену книгу, і це стало круто та цікаво” [9].

Автор проекту “Твоя перша книга” А. Васюкович називає такі основні завдання буктрейлера: привернути увагу до книги; створити аудиторію читачів; сформувати персональний бренд письменника [10]. На відповідних конкурсах його оцінюють за такими критеріями: інформативність, сила промовливого, оригінальність змісту й виконання.

Класифікації

Буктрейлери знімають до книжкової серії, автора, одного окремого літературного твору. Для його створення використовують різні матеріали: фото, розворот книги, мальовані ілюстрації, відеонарізку з фільмів, аматорську зйомку, відповідний музичний супровід, текстові слайди.

Буктрейлери можна класифікувати за різними критеріями:

1. За авторством: на власну книгу; на твір іншого письменника.
2. За тематикою: класика; сучасна література.
3. За змістом:
 - розповідні – презентують основу сюжету твору. Їх завдання – подібно до анотації, через музику та ілюстрації, ознайомити читача з основами сюжету, зберігаючи елементи недомовленості й таємничості. Щоб після перегляду ролика потенційний читач захотів дізнатися, з чого історія починається й чим завершується. Зазвичай саме за

- “сюжетним” і розповідним принципом побудовано більшість кінотрейлерів;
- атмосферні – передають основний настрій книги та очікувані читацькі емоції. Наприклад, якщо книга написана в жанрі фентезі, то можна зробити акцент на атмосфері магії, підбираючи яскраві ілюстрації з чарівниками та відьмами, таємничими пейзажами й незвичайними істотами. Якщо книга розповідає про романтичні стосунки – ілюстративний або відеоряд з щемливою музикою, які покликані передати читачам настрої та емоції героїв;
 - концептуальні – транслиують ключові ідеї й загальну змістову спрямованість тексту. Вони засновані на рекламі незвичайної ідеї твору, на світогляді автора й цікавих думках, які він хоче донести до читача, на змістовому навантаженні книги. Такі буктрейлери більше підходять для класичної, елітарної або філософської літератури. Таким є, наприклад, буктрейлер “Суперкниг”, який здобув перемогу в конкурсі “Книгопроектор” у 2013 р.
4. За способом візуального втілення тексту:
- ігрові (міні-фільм за книгою);
 - неігрові (набір слайдів із цитатами, ілюстраціями, книжковими розворотами, тематичними малюнками, фотографіями тощо);
 - анімаційні (мультфільм за книгою).
- Конкурси**
- У світі існують конкурси та премії за створення буктрейлерів:
- *Best book trailers* (<http://bestbooktrailers.tumblr.com>);
 - YALSA (заснована американською Асоціацією бібліотек для підлітків (Young Adult Library Services Association – YALSA) (<http://www.ala.org/yalsa>));
 - *Moby Awards* (організована видавництвом Melville House Publishing, США (<http://www.mhpbbooks.com>), перше нагородження відбулося в 2010 р. у таких номінаціях: Best Big Budget Book Trailer, Best Low Budget Book Trailer, Best Cameo in a Book Trailer, Best Author Appearance in a Book Trailer, Least Likely to Actually Sell the Book);
 - *Book Video Awards* (заснована The Bookseller, Random House, лондонським книжковим магазином Foyles, Національною кіно- та телевізійною школою (NFTS), перше нагородження відбулося в 2008 р.);
 - *Trailee* (заснована американським видавництвом для дитячих бібліотекарів School Library Journal (<http://blogs.slj.com>), нагородження в 2010 р. відбувалося в номінаціях: “Видавець/автор створив для маленьких читачів (до 6 років)”, “Видавець/автор створив для школярів (7–12 років)”, “Студент створив для маленьких читачів (до 6 років)”, “Студент створив для школярів (7–12 років)”, “Дорослий (старше ніж 18 років) створив для маленьких читачів (до 6 років)”, “Дорослий ких читачів (до 6 років)”, “Дорослий створив для школярів (7–12 років)”. Буктрейлери можна переглянути за посиланням: <http://reg.accelacom.com/servlet/frs.frs?Script=/LP/51148056/reg&Context=STARTRT>);
 - *Scottish Children’s Book Awards* (SCBA) (заснована організацією Scottish Book Trust (<http://www.scottishbooktrust.com>));
 - *Booktrailers Online Awards* (перша премія буктрейлерів в Італії, заснована в 2011 р. (<http://btonlineawards.altervista.org>), зокрема нагороджують за кращі спецефекти та оригінальність);
 - *Всеукраїнський конкурс буктрейлерів “Оживають герої на екрані у рекламі”* (заснований у 2013 р. ДЗ “Державна бібліотека України для юнацтва” разом з Українською бібліотечною асоціацією, буктрейлери учасників можна переглянути за посиланням: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLYf8uL0I5yuQ60dr2H8rCk-q8FB-te1D>; за результатами перегляду буктрейлерів 2 відеоролики відзначили першими преміями, 3 – другими, 4 – третіми; 5 буктрейлерів отримали заохочувальні призи, а один був нагороджений спеціальним призом “Клубу сімейного дозвілля”);
 - *Конкурс короткометражних фільмів “Книгопроектор”* (заснований українським Інститутом громадського лідерства у 2013 р. (<http://knygo-proektor.rhcloud.com>), переможець отримав 3 тис. грн та можливість стажуватися в кіностудії Wecinemastudio);
 - *Конкурс буктрейлерів “Читаємо з Клубом Сімейного Дозвілля”* (заснований видавництвом “Клуб Сімейного Дозвілля” (“КСД”) (www.trade.bookclub.ua) та Всеукраїнською громадською організацією “Українська бібліотечна асоціація” (УБА) (ula.org.ua) у 2014 р. для бібліотечних працівників);
 - *Всеросійський конкурс буктрейлерів* (<http://www.booktrailers.ru>, заснований у 2012 р. за підтримки Федерального агентства з преси й масових комунікацій; у 2014 р. паралельно з оцінкою журі на сайті буде запущено народне голосування, оголошено також спеціальні номінації: від Діани Арбеніної – за кращий буктрейлер за її книгами “Спринтер” і “Сталкер”, “Лідер продажів” від видавництва “Ексмо” – за кращий буктрейлер на книгу видавництва в жанрі художньої літератури, “Сучасна російська проза” від видавництва “АСТ” – за кращий ролик на книгу автора “Редакции Елены Шубиной”, “Дуже Додо” від книжкового магазину “Додо Меджик Букрум” – за буктрейлер, який здивує, “Бібліотечний буктрейлер” від Російської бібліотечної асоціації – для співробітників бібліотек);

– Конкурс буктрейлерів *Boom Book* (заснований Мультимедійною бібліотекою Білоруського державного університету в 2013 р.; були представлені такі номінації: “PpOчтение” (буктрейлер на свою першу книгу або ту, що справила вагомий вплив у житті), “НочьNick” (про літературного героя, для якого ніч була невід’ємним фактом існування), “ПроВООКсовка” (на тему “Книга в автомобілі”), “Регістратура” (за книгами видавництва “Регистр”).

IV. Висновки

Буктрейлер відкриває нові можливості і для видавців у просуванні книг, і для читачів у виявленні власних режисерських талантів, набуваючи дедалі більшої популярності в різних країнах світу, у тому числі й Україні. У світі існують конкурси та премії за створення буктрейлерів: Moby Awards, Book Video Awards, Trailee, Scottish Children’s Book Awards, Booktrailers Online Awards, Всеукраїнський конкурс буктрейлерів “Оживають герої на екрані у рекламі”, Конкурс короткометражних фільмів “Книгопроектор”, Всеросійський конкурс буктрейлерів, Конкурс буктрейлерів Boom Book тощо. Крім зазначених, чимало конкурсів буктрейлерів проводять бібліотеки, навчальні заклади тощо на місцевому рівні. Вони відрізняються своїми масштабами, проте всі мають на меті формування читацької культури, підтримання інтересу до книги та забезпечення комунікації між авторами, видавцями й читачами.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в розгляді особливостей створення буктрейлерів та їх використання у просуванні видавничої продукції, зокрема за допомогою відповідних лічильників.

Список використаної літератури

1. Буктрейлер – рекламний “фільм” о книзі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://school-of-inspiration.ru/buktrejler-reklamnyj-film-o-knige>. (27.06.2014 г.)
2. Буктрейлер – сучасний спосіб просування книги в бібліотеці: методическі рекомендації / Детско-юношеска бібліотека Республіки Карелія ім. В.Ф. Морозова; [авт.-сост. Т.А. Лисовская]. – Петрозаводск: ДЮБ РК, 2014. – 16 с.
3. Буктрейлер – сучасна форма реклами книги // Віртуальний бібліограф: сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biblio.lib.kherson.ua/buktrejler.htm>.
4. Буктрейлер [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Буктрейлер>.
5. Буктрейлер: нове блюдо бібліотечної кухні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vpereplete.blogspot.com/2012/05/blog-post_25.html. (25.05.2012 г.)
6. Водолазська С.А. Інновації у видавничій галузі східноєвропейського регіону: прогностичні оцінки / С.А. Водолазська // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Вип. 14. – С. 76–80.
7. Воробель С. Буктрейлер як новий жанр популяризації книги / С. Воробель, Б. Кобильник // Шкільна бібліотека. – 2012. – № 21/22. – С. 70–73.
8. Живые страницы [Електронний ресурс] // Итоги. – 2012. – № 33 (844). – 13 августа. – Режим доступа: <http://www.itogi.ru/kultura/2012/33/181109.html>.
9. Интервью о буктрейлерах с генеральным директором издательства “Эксмо” Олегом Новиковым 12.10.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://booktrailers.ru/news/55>.
10. Как сделать буктрейлер? // Литературный клуб “Твоя первая книга”. Проект Артема Васюковича [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://tvoya1kniga.ru/kak-sdelat-buktrejler>.
11. Классика в неформате [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://klassika-vneformate.blogspot.com/2014/03/blog-post_19.html. (19.03.2014 г.)
12. Копылова В. Что такое буктрейлер? Россия на пороге новой книжной эры [Електронний ресурс] / Вера Копылова // Аргументы и факты. – 2012. – 22 ноября. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/culture/38268#>.
13. Лучшие цитаты участников круглого стола “Читает или смотрит?” 23.09.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://booktrailers.ru/news/52>.
14. Семенченко М. Диана Клочко: “Книжный трейлер – новый жанр на грани книжного и виртуального” [Електронний ресурс] / Мария Семенченко. – Режим доступа: <http://ukrnovosti.ru/smi/diana-klochko-knizhnyj-trejler-novyj-zhanr-na-grani-knizhnogo-i-virtualnogo>. (16.11.2010 г.)
15. Скорондаева А. Читает или смотрит? / Анастасия Скорондаева // Российская газета. – 2013. – № 190. – 28 августа. – С. 9.
16. Теремко В. Відкритість до змін як ключова умова стабільності видавництва / В. Теремко // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 11. – С. 3–5.
17. Теремко В. Стратегічні випробування електронною книжністю / В. Теремко // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 10–14.
18. Хмельовська О. Буктрейлер по-українськи: додаткова промоція книги чи забавка для видавця? [Електронний ресурс] / Оксана Хмельовська // Читомо: сайт. – Режим доступа: <http://www.chytomo.com/news/buktrejler-po-ukrayinsky-dodatkovaya-promotsiya-knyhy-chy-zabavky-dlya-vydavtsya>. (26.02.2013 р.)

Стаття надійшла до редакції 19.05.2014.

Бессараб А.А. Буктрейлер как новое явление в сфере социальных коммуникаций

Дается определение понятия “буктрейлер”, рассматриваются история его возникновения и классификация: по авторству, тематике, содержанию, способу визуального воплощения. Перечисляются конкурсы буктрейлеров, в частности украинские: Всеукраинский конкурс буктрейлеров “Оживают герои на экране в рекламе” (основан ГУ “Государственная библиотека Украины для юношества” совместно с Украинской библиотечной ассоциацией); Конкурс короткометражных фильмов “Книгопроектор” (основан украинским Институтом общественного лидерства). Отмечается, что буктрейлеры открывают новые возможности и для издателей, и для читателей.

Ключевые слова: *буктрейлер, книга, чтение, конкурс, продвижение.*

Bessarab A. Booktrailer as a New Phenomenon in the Field of Social Communications

Given the definition of booktrailer. Described its history in the world at large and Russia and Ukraine in particular. Given its classification: on authorship (by self book, by other author); on subject (classics, modern literature); on content (narrative – present the build-up of the work, atmospheric – transmits the basic mood of the book and the reader’s emotions expected, conceptual – translate the key ideas and general semantic content of the text), on method of visual realization (actable (mini-movie by book), unactable (a set of slides with citations, illustrations, two-page opening, themed drawings, photos etc.), animation (cartoon by book).

Called contest games for the creation of booktrailers: Moby Awards (USA), Book Video Awards (England), Trailee (USA), Scottish Children’s Book Awards (Scotland), Booktrailers Online Awards (Italy), Ukrainian Competition Booktrailers Heroes Come to Life in The Screen in Advertising (based State Library of Ukraine for Young People with the Ukrainian Library Association) (Ukraine), Short Film Competition “Knigoproektor” (based Ukrainian Institute for Public Leadership) (Ukraine), All-Russian Booktrailers Contest Game (Russia), Booktrailers Contest Game Boom Book (Belarus). Some Booktrailers Contest Game spend libraries, educational institutions and other organizations at the local level. They difference in scale, but are intended as a reading culture, maintaining interest in the book and to ensure communication between authors, publishers and readers.

Noted that booktrailers provide new opportunities for publishers and readers.

The prospect of future research is to consider the features of making booktrailers and use in the promotion of publishing products, in particular by means of counters.

Key words: *booktrailer, book, reading, contest game, promotion.*