Буктрейлер — это что такое? Основные этапы создания: методические рекомендации для практического применения

Морозова Наталья

Буктрейлер — это что такое? Основные этапы создания: методические рекомендации для практического применения

Современный человек давно привык к таким терминам и явлениям, как промо-акции, фестивали, выставки, тизеры и трейлеры. (*Тизер (англ. Teaser «дразнилка, завлекалка») – это рекламное сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о продукте, но при этом сам товар не демонстрируется. Тизеры обычно появляются на раннем этапе продвижения товара и служат для создания интриги вокруг него. Маркетинговый приём, основанный на использовании тизеров, называется тизерной рекламой*).

В настоящее время, анонс на тот или иной фильм, передачу или мероприятие стал неотъемлемой частью программы, которая в том или ином виде презентуется зрителю. Потрясающие воображение визуальные эффекты, великолепное музыкальное сопровождение и самые яркие, запоминающиеся и интригующие кадры – вот обязательные составляющие любого трейлера.

Трейлеры же были придуманы для привлечения аудитории к продукту *(своего рода реклама)* и еще были придуманы трейлеры, которые каждый из нас видел, будучи в кинотеатре, перед началом самого сеанса.

Как это работает? В некотором смысле трейлер – это промо-ролик, который завлекает зрителей, подталкивает человека к приобретению билета на очередной сеанс или покупку лицензионного диска с уже готовым продуктом. Задача его - завладеть вниманием аудитории, заинтересовать, продемонстрировать **основные** преимущества фильма или другого продукта киноиндустрии.

Если к трейлерам фильмов или игр современный зритель давным-давно привык, то в отношении **буктрейлеров** процесс привыкания только начался. Совершенно очевидно, что **предметом** изображения в таких видео роликах будет именно литературные произведения, а не кинематограф.

Буктрейлер – это, можно сказать, новый шаг навстречу передаче информации. А **создание буктрейлеров** – современная форма

продвижения книги в видеоформате, это средство для развития творческой активности читателя, одно из направлений для освоения новых информационных технологий. В ролике продолжительностью не более 3 минут информация о книге подается так, что сразу хочется взять её и почитать.

Он может быть в трех **основных вариантах**: фильм или мультфильм, презентация или комбинация этих форм. **Основой** могут служить произведения классиков и современных авторов, литература для взрослых и детей, издания краеведческого характера. Все зависит от желания и полета фантазии.

Буктрейлеры по книгам открылись современному обществу сравнительно недавно. Еще 10 лет назад подобная идея не приходила никому в голову, однако сейчас промо-ролики к шедеврам литературы стали явлением достаточно обыденным и многосторонним. Внимание, которое они привлекают, способствует повышению интереса к самой книге.

Буктрейлер - это нечто новое и особенное в силу целого ряда факторов. **Буктрейлер** – это новый шаг навстречу передаче информации, современный способ продвижения книг в библиотеках. На смену книжным выставкам в библиотеках приходит современный способ продвижения книг, это своего рода, видео аннотации книг. В ролике не более 3 минут и информация о книге подается так, что её сразу хочется взять ее и почитать.

Основная его задача – рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя. Видеороликов, **созданных по мотивам книги**, все больше и больше в Интернете. Яркие зрительные и звуковые образы, быстрота смены картинки, краткость. И все это в итоге выглядит так заманчиво и привлекательно, что сразу хочется бросить все – и бежать за книгой. Зайдите на YouTube – и убедитесь в этом сами.

Отличительные признаки **буктрейлера**:

1. **Создание буктрейлера** направлено на рекламу именно литературного произведения, которому, в принципе, достаточно чужд язык кинематографа, и всего визуального искусства в целом. Именно в этом и состоит самое и важное отличие **такой видео-презентации**.

2. Если в случае фильмов речь идет о демонстрации самых ярких моментов уже готового произведения искусства, то **буктрейлер** - это всегда необходимость **создавать** подобные кадры с нуля. По сути, это преобразование слова в картинку, переход из одного вида искусства в другой, их взаимодействие, диалог между ними.

3. **Буктрейлер** – это еще и своего рода способ популяризации и любви к книге и слову. Вызывая интерес читателя, он призван провоцировать отложить насущные дела и ознакомиться с текстом произведения.

Одной из **основных особенностей такого** рода роликов можно назвать простоту их исполнения. Конечно, в данном случае не имеются в виду профессиональные клипы, на **создание** которых выделяются огромные деньги. Все дело в том, что выпуск **такого** ролика вполне по силам любому человеку, задумывающемуся о том, как **создать буктрейлер**, главное, чтобы было желание.

Очень важно, чтобы произведение, по которому снимается ролик, было интересно автору, вдохновлять его, служить мощным подспорьем для идей. И, наконец, техническая составляющая: актеры, декорации и аппаратура. Оборудование не обязательно должно быть первоклассным, а исполнители ролей - обладателями премии «Оскар». При наличии внутренней необходимости, желания и энтузиазма хороший ролик можно снять на камеру мобильного телефона.

Структура ролика, особенности конечного продукта:

1. В первую очередь необходимо разработать правильный сценарий **буктрейлера**. Поскольку главная задача - заинтересовать читателя и буквально привести его в библиотеку за книгой, поэтому нужно выбрать самые яркие, самые запоминающиеся и впечатляющие моменты.

2. Естественно, сюжет книги раскрывать читателю не стоит - ведь он не станет брать издание, если будет знать, чем закончится история. Красивая недосказанность - вот цель **буктрейлера**.

3. Наконец, на вооружение обязательно нужно взять цитаты из текста и хорошее музыкальное сопровождение. И помните: чем гармоничнее будет это сочетаться между собой, тем более качественным получится конечный продукт.

4. Теперь поговорим об оборудовании, декорациях и процессе непосредственного **создания ролика**. Как уже говорилось ранее, использование дорогостоящей аппаратуры совершенно необязательно.

5. **Такого понятия**, как специальная программа для **буктрейлера**, и вовсе не существует. Монтировать полученные записи можно как в стандартных Windows Movie Maker, Power Point так и в дорогих программах, дающих огромное количество возможностей, начиная от кадрирования и заканчивая изменением цветовой гаммы, качества изображения и звука. В общем, для того, чтобы **создать качественный буктрейлер**, совершенно необязательно быть культовым режиссером

или клипмейкером. Достаточно просто хотеть это сделать, поставить себе цель и уверенно идти к ней.

Как уже говорилось, история **буктрейлеров** равна всего десятилетию, но общепринятых требований к их **созданию** до сих пор не существует. Оптимальной считается лишь продолжительность ролика до трех минут.

Постепенно начали выделять разновидности **буктрейлеров** по способу визуального визуального воплощения текста и содержанию.

По способу визуального визуального воплощения текста выделяют:

- Игровые *(минифильм по книге)*;
- неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями и т. п.);
- анимационные *(мультфильм по книге)*.

Буктрейлеры можно классифицировать и по содержанию. Так, по содержанию **буктрейлеры делятся на**:

Повествовательные *(презентующие **основу сюжета произведения**)*;

атмосферные (передающие **основные** настроения книги и читательские эмоции);

концептуальные *(транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста)*.

Конечно, ролики могут совмещать элементы разных классификаций. **Например**, неигровой **буктрейлер** может содержать элементы анимации или быть одновременно повествовательным и атмосферным.

При **создании** роликов авторы допускают несколько типичных ошибок,на которые следует обратить внимание:

1. Отсутствие знака возрастного ограничения.

2. Отсутствие информации о библиотеке, в которой можно взять рекламируемую книгу.

3. Отсутствие ссылок на используемые в ролике фильмы, музыку и т. д.

4. Слишком быстрая смена текста на экране или его нечитабельность.

5. Простая нарезка из эпизодов экранизированной версии художественного произведения.

6. Несоответствие музыкального сопровождения теме рекламируемого произведения.

Буктрейлер решает несколько задач:

1. Привлечение внимания к книге.

2. **Создание аудитории читателей**.

Итак, еще раз остановимся на **основных этапах создания буктрейлера**:

1. Определяем сюжет **Буктрейлера**. То есть сюжет должен показать **основные яркие точки книги**. Это видеопрезентация вашей истории, где должны быть показаны герои, место, конфликт и интрига.Любая интересная история содержит три важных элемента: Герой, Мотивация, Препятствие. Умелая работа с этими составляющими превратит **создание** сюжета в увлекательное занятие.

2. Определяем формат видео. Это может быть скринкаст, когда вы записываете и озвучиваете на видео презентацию из Power Point. Скринкаст - это тип видео, на котором можно отобразить видеозапись движений действий на экране. Запись **Буктрейлера**

3. Запись **Буктрейлера**. Если вы решили **создать буктрейлера самостоятельно**, специалисты **рекомендуют** две программы - Power Point и Windows Movie Maker. В первой вы **создаете презентацию**, которую можно будет записать. Во второй программе происходит монтаж всего видео.

4. Теперь пришло время для поиска своего читателя и распространения творческого и личного бренда. **Буктрейлер** вы можете выложить на на удобный и популярный в сети сервис YouTube.

5. Активное продвижение. Дальше используются социальные сети и блог для быстрого роста популярности **Буктрейлера**. Секрет успеха – резкий рост количества просмотров видео, нажатий кнопки *«мне нравится»* под видео и количество комментариев.