

Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение
“Детский сад комбинированной направленности №9” города Сосновоборска



ПОДГОТОВИЛИ:
Н.И.Титова, воспитатель
О.Н. Фильберт, воспитатель



БУКТРЕЙЛЕР – ЧТО ЭТО ТАКОЕ?

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 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 воплощения текста и содержанию.

По способу 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 видео презентация 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 удобный и популярный в сети сервис YouTube.

5. Активное продвижение. Далее 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.