

Секция «Журналистика»

**Буктрейлер как феномен современного литературно-издательского процесса**

**Кайсина Виктория Викторовна**

*Студент*

*Вятский государственный гуманитарный университет, Социально-гуманитарный,  
Киров, Россия*

*E-mail: kaysina.v@mail.ru*

Конец XX века ознаменован наступлением новой эпохи безбумажной электронной коммуникации, «эпохи экранной или мультимедийной культуры». В это время на первое место выходит аудиовизуальная культура, которая не только дополняет, но и заменяет господствовавшую прежде вербально-письменную коммуникацию. Это, прежде всего, обусловлено высокой информативной емкостью данного вида культуры, легкостью и убедительностью образного восприятия, скоростью и широтой распространения, массовостью и доступностью.

Кроме этого, огромное влияние на современное общество и культуру оказало явление постмодернизма. Постмодернизм признает полифонизм, интеграцию различных культур, «формирование единой взаимопроникающей и взаимодополняющей культуры человечества».

совмещение новых цифровых технологий и постмодернистской теории изменяет средства выражения в культуре и провоцирует формирование новых историко-культурных феноменов. К таким феноменам можно отнести появление буктрейлеров, нового вида продвижения чтения и рекламы книги.

Буктрейлер – это ролик-миниатюра, который включает в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует ее содержание. Представляя читателю книги и пропагандируя книгочтение в мировом культурном сообществе, буктрейлеры превратились в отдельный самобытный жанр, объединяющий литературу, визуальное искусство и Интернет.

Это явление возникло в начале 2000-х гг. в странах Европы и Америке. В России же первый буктрейлер появился лишь в 2011 году. Предшественниками буктрейлеров являются трейлеры к фильмам, которые активно применяются в киноискусстве.

Историко-культурные предпосылки возникновения жанра:

· Проблема чтения в современном обществе, в частности, в молодежной среде. Появление буктрейлера обусловлено социальной необходимостью в привлечении внимания молодого поколения, активных пользователей сети Интернет, к проблемам литературы и чтения.

· Книжная аннотация. Буктрейлер является современной специфичной формой аннотирования литературы.

· Развитие и широкое распространение мультимедиа технологий. Предпочтительность образного восприятия современного человека обуславливает использование аудиовизуальных средств для привлечения читательской аудитории.

Сущностная организация жанра буктрейлера основана на философии постмодернизма. Этот жанр возник и функционирует в Интернет-среде, которая довольно полно отражает особенности постмодернистского мировосприятия. Такие особенности, как

автодеконструкция текста, симулякр, принцип ризомы, литературная игра, «смерть автора», явление «активного читателя» оказывают влияние на содержание буктрейлера и форму, в которой он представляется.

Современные российские издательские системы и отдельные авторы внедряют буктрейлер в свою практику в рекламных целях, но эффективность такой рекламы книги остается под вопросом в силу новизны данного явления. Библиотечные системы используют возможности буктрейлеров в сфере привлечения молодых читателей и продвижения чтения в целом. Такая цель является приоритетной, что подтверждает проведение Всероссийских конкурсов буктрейлеров под эгидой популяризации чтения.

В зависимости от способов визуального воплощения содержания книги выделяют игровые буктрейлеры (мини-фильмы по книге), неигровые (слайд-шоу) и анимационные (мультфильм по книге).

Ролики, представленные на Всероссийском конкурсе буктрейлеров, в большинстве представляют собой игровые и анимационные виды, они показывают динамику произведения, наиболее ярко и привлекательно его описывают. Также активно используются цитаты из произведений, они иллюстрируют авторскую индивидуальность и художественные особенности произведения. Музыкальное сопровождение играет важную роль, отражают атмосферу, настроение произведения, эпоху, в которую происходит действие.

Издательские буктрейлеры, в отличие от любительских, в большинстве представляют собой неигровой вид (электронная презентация). Такой буктрейлер характеризуется статичностью, предсказуемостью, отсутствием ярких образов и действий. Кроме этого, структура издательского буктрейлера типична и характеризуется использованием штампов, как языковых (типичные рекламные формулировки), так и образных (акцент на внешнем оформлении книги, а не на содержании).

Визуальные и художественные элементы буктрейлера составляют целостное выражение основных идей литературного произведения.

По способу отражения содержания можно выделить следующие виды буктрейлеров: повествовательные (презентующие эпическую сторону, основу сюжета произведения), атмосферные (передающие основные настроения книги и ожидаемые читательские эмоции), концептуальные (показывающие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

В буктрейлерах используются такие элементы содержания, как идея, тема, характеры главных героев, основополагающие конфликты и сюжет произведения. Воплощение этих элементов происходит с помощью композиционных приемов, таких как словесные и визуальные повторы, детализирующие и суммирующие изображения, умолчания, прием монтажа. Причем, использование тех или иных характеристик находится в прямой зависимости от вида буктрейлера по содержанию.

Таким образом, буктрейлер – явление, которое нашло достаточно широкое распространение в современном литературно-издательском процессе. Новый жанр зарекомендовал себя как отличное средство пропаганды чтения, но его рекламная эффективность остается под вопросом.

Но, не смотря на это, буктрейлер имеет огромный потенциал для развития. Его полифонизм и новизна открывают возможности для дальнейшего многостороннего изучения жанра буктрейлера.

## **Литература**

1. ГОСТ 7.9-95. Реферат и аннотация. Общие требования. – Введ. 1995-04-26. – Минск: Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 1995. – 8 с.
2. Воронцов, А.В. Чтение как социально-экономическая проблема [Текст] / А.В. Воронцов // Общество. Среда. Развитие: науч.-теорет. журн. СПб., 2009. № 4 (12). С. 57-67.
3. Деникин, А.А. Мультимедиа и искусство: От мифов к реалиям [Электронный ресурс] / А.А. Деникин // Художественная культура. №1 (6). 2013. – URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html>.
4. Добрянская, А. Бройлерные трейлеры [Текст] / А. Добрянская // Октябрь. – 2012. №3.
5. Иванова, А.В. Книга и буктрейлер [Текст] / А.В. Иванова // Визуальные образы современной культуры: уральско-сибирские диалоги (визуальные маркеры городской среды). Сборник научных статей по материалам всероссийской научно-практической конференции (г. Омск, 29–30 апреля 2013 г.). – Омск: Амфора, 2013. С. 67-70.
6. Ильин, И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа [Текст] / И.П. Ильин. М., 1998. 256 с.
7. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм [Текст] / И.П. Ильин. М.: Интрада, 1996. 256 с.
8. Кириллова, Н.Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. 2-е изд. М.: Академ, проект, 2006. 448 с.
9. Корнев, С. «Сетевая литература» и завершение постмодерна: Интернет как место обитания литературы [Текст] / С. Корнев // Нов. лит. обозрение. 1998. № 32. – С. 29-47.
10. Лотман, Ю.М. Структура художественного текста // Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: «Искусство – СПб», 1998. – 285 с.
11. Маклюэн, М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего [Текст] / М. Маклюэн. М.: Мир, 2005. 496 с.
12. Соколов, А.В. Чтение в эпоху электронных коммуникаций [Текст] / А.В. Соколов // Читающий мир и мир чтения: сб. ст. М., 2003. –
13. С. 140-144.
14. Хализев, В.Е. Теория литературы [Текст] / В.Е. Хализев. – М.: Высшая школа, 2002. – 437 с.

15. Швецова, Н.В. Отечественные буктрейлеры: Проблема эффективности коммуникативной тактики [Текст] / Н.В. Швецова // Вестник Челябинского гос. университета. – 2013. №22 (313). – С. 289-293.
16. Щербинина, Ю. Смотреть нельзя читать: Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России [Текст] / Ю. Щербинина // Вопросы литературы. – 2012. №3.
17. Эко, У. От интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст [Текст] / У. Эко // Интернет. М., 1998. №6-7.