

те проекты, которые имеют комплексный характер и широко транслируются в социальных сетях и на других ресурсах Всемирной Паутины. Библиотеки активно участвуют в формировании культурно-исторической идентичности детей, используя всевозможные формы проведения мероприятий, координируя свою работу по краеведению с образовательными учреждениями, местными музеями, признанными краеведами и средствами массовой информации.

1. Библиотечное обслуживание детей в Челябинской области в 2020 году: по итогам отчетов / Челябинская областная детская библиотека им. В. Маяковского, Научно-методический отдел ; сост. : Л. В. Краснова [и др.]. – Челябинск : [б. и.], 2021. – 154 с. : ил.

2. Краеведение [Электронный ресурс] // Муниципальное казенное учреждение культуры «Централизованная детская библиотечная система» г. Магнитогорска : сайт. – Режим доступа: <https://mag-lib.ru/index.php>. – Дата доступа: 15.08.2021.

3. Наш край [Электронный ресурс] // Централизованная система детских библиотек г. Челябинска : сайт. – Режим доступа: <http://db74.ru>. – Дата доступа: 15.08.2021.

4. Полевая почта – Южный Урал: письма с фронта 1941–1945 : в 3 кн. / Челябинская областная универсальная научная библиотека ; сост. : А. Симонова, Н. Соловьёва, В. Штыхван. – Челябинск : [б. и.], 2021. – Т. 1 : 1941–1942. – 2021. – 550, [5] с. : ил. + 5 л. откp.; Т. 2 : 1943. – 2021. – 439, [4] с. : ил. ; Т. 3 : 1944–1945. – 2021. – 346, [5] с. : ил.

УДК 021.4:004

Н. Ю. Вайцэховіч,

кандыдат педагагічных навук, дацэнт кафедры інфармацыйна-аналітычнай дзейнасці ўстанова адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў», Рэспубліка Беларусь

БУКТРЭЙЛЕР ЯК МЕДЫЙНЫ ФАРМАТ ПРАМОЦЫІ КНІГІ: ПРЫНЦЫПЫ ДЗЕЯННЯ І АСНОЎНЫЯ ПАТРАБАВАННІ

Анатацыя. У артыкуле разглядаюцца асаблівасці буктрэйлера як медыйнага рэсурсу і новай тэхналогіі прадстаўлення і прамоцыі літаратурнага тэксту. Паказана, што паспяховае развіццё буктрэйлераў абумоўлена іх прадуктыўнасцю ва ўзаемадзеянні з аўдыторыяй на двух

асноўных узроўнях – медыйна-камунікатыўным і мастацкім. Аналізуецца спецыфіка бібліятэчнага буктрэйлера, прынцыпы дзеяння і сучасныя патрабаванні. Прыводзяцца вынікі конкурсу буктрэйлераў, арганізаванага на факультэце інфармацыйна-дакументных камунікацый да 90-годдзя Уладзіміра Караткевіча.

Ключавыя словы: буктрэйлер, прамоцыя літаратурнага тэксту, рэклама кнігі ў сацыяльных медыя, кніжны маркетынг, бібліятэчны маркетынг, медыярэсурс.

N. Vaytsekhovich,

*Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of the Information and Analytical Activities of the Educational Institution «Belarusian State University of Culture and Arts»,
Republic of Belarus*

BOOKTRAILER AS A MEDIA FORMAT FOR THE BOOK PROMOTION: PRINCIPLES OF ACTION AND THE BASIC REQUIREMENTS

Abstract. The article examines the features of the book trailer as a media resource and a new technology for presenting and promoting a literary text. It is shown that the successful development of book trailers is conditioned by their productivity in interaction with the audience on two main levels – media-communicative and artistic. The author analyzes the specifics of the library book trailer, its principles of operation and modern requirements, and gives the results of the book trailer competition organized at the Faculty of Information and Documentary Communications for Uladzimir Karatkevich's 90th birthday.

Keywords: booktrailer, literary text promotion, book advertising in social media, book marketing, library marketing, media.

Культура аўдыёвізуальнага і медыйнага тэксту стварае тэндэнцыі, якія змяняюць успрыманне культурнага прадукту, пераводзячы камунікацыю з ім на да-рацыянальны ўзровень пачуццёва-наглядных вобразаў. Узнікаюць і ўдасканальваюцца тэхналогіі, якія прадугледжваюць пастаянны дынамічны кантакт з сеткавым асяроддзем [3]. Заканамерна, што ў гэтых умовах вызначальным фактарам паспяховасці культурнага прадукту ва ўсталяванні кантактаў з аўдыторыяй становіцца мера яго медыйнасці, паглыбленасці ў прастору мас-медыя або ўласная трансфармацыя пад уплывам мультымедыйных і кросмедыйных фарматаў.

Сітуацыйная мадэль чытацкага ўзаемадзеяння з літаратурным тэкстам, яго сэнсавыя і мастацкія параметры ставяцца ў залежнасць ад наладжвання сувязей з чытачом у знешнім культурным асяроддзі як неабходнай умовы самой камунікацыі. Рэклама і прамоцыя кнігі разгортваецца ў прасторы мас-медыя (СМІ, сацыяльных сетак, відэа- і падкастхостынгаў, месенджараў, блогаў, электронных часопісаў, інтэрнэт-каналаў і г. д.), якія па вызначэнні ацэньваюць узаемадзеянне з карыстальнікам у маркетынговых катэгорыях актыўнасці, уплыву, ахопу і прыросту аўдыторыі.

Паспяховае развіццё буктрэйлераў – відэаролікаў, якія прэзентуюць літаратурны тэкст, – абумоўлена іх прадуктыўнасцю ва ўзаемадзеянні з аўдыторыяй на двух асноўных узроўнях: медыйна-камунікатыўным і мастацкім. Буктрэйлер з’яўляецца адначасова медыйным аб’ектам уплыву і аўтарскім творам, які мае самастойную мастацкую каштоўнасць. Спецыфіка буктрэйлера таксама праяўляецца ва ўнікальных працэсах апрацоўкі літаратурнага тэксту: пры яго стварэнні адбываецца пераклад аднаго віду мастацтва (вербальнага) у іншы (аўдыёвізуальны), пераўтварэнне лінгвістычнай вобразнасці ў кінематаграфічную ці візуальную. Да таго ж буктрэйлер – мультымедыйны рэсурс, які спалучае некалькі рэжымаў прадстаўлення кнігі: тэкст, графіка, гук, відэа, музыка, анімацыя і г. д., што не толькі адкрывае новыя вымярэнні інтэрпрэтацыі тэксту, але і забяспечвае многаканальнае ўздзеянне на адрасата.

Пералічаныя асаблівасці буктрэйлера як медыйнага рэсурсу ствараюць, безумоўна, спрыяльныя ўмовы для яго выкарыстання бібліятэкамі ў якасці эфектыўнага фармату прамоцыі кнігі, нацыянальнай літаратуры, сацыякультурных і адукацыйных праектаў. Пашыраючы зону сваёй прысутнасці ў анлайнавай прасторы і сацыяльных сетках, бібліятэкі паспяхова працуюць над стварэннем і развіццём медыякантэнт, адначасова намагаючыся захаваць сваю ідэнтычнасць як інфармацыйнага, інтэлектуальнага і сацыякультурнага цэнтра. З’яўляючыся аптымальным фарматам для рэалізацыі гэтых задач, буктрэйлер тым не менш патрабуе пэўнай падрыхтоўкі ад сваіх стваральнікаў, асабліва ў сферы прэзентацыі мастацкіх ідэй сучаснымі аўдыёвізуальнымі сродкамі.

Буктрэйлер адносіцца да тэхналогій, якія актыўна выкарыстоўваюцца самымі рознымі сацыяльнымі актарамі на грамад-

скай і камерцыйнай аснове, што прыводзіць да ўзрастання канкурэнцыі і патрабаванняў да яго тэхнічнай рэалізацыі. Адносна бібліятэк як вытворцаў буктрэйлераў дадаткова дзейнічае фактар прафесійнай адказнасці за якасць рэкламнага прадукту, створанага для прыцягнення ўвагі да літаратурнага тэксту. Чытачамі бібліятэчны буктрэйлер разглядаецца як прафесійная рэцэнзія (ці водгук) на кнігу ў медыйным фармаце.

Сістэма камунікацый (абмеркаванняў, водгукаў і рэцэнзій) вакол культурнага прадукту з'яўляецца неад'емнай часткай чытацкага ўзаемадзеяння з тэкстам і ў вялікай ступені вызначае чытацкі выбар. У сувязі з развіццём медыйнай кааперацыі ў бліжэйшы час гэта тэндэнцыя будзе толькі ўзмацняцца. Буктрэйлер, выкананы рэцэнзентам-прафесіяналам, вылучаецца з агульнага патоку водгукаў аб дадзеным творы, паведамленняў і анатацый, дэманструючы высокі ўзровень культуралагічнага аналізу, чытацкай культуры, дакладнасць і абгрунтаванасць ацэнак, удалыя параўнанні і спасылкі на блізкія па жанры, тэматыцы ці мастацкіх прыёмах выданні і г. д. У той жа час буктрэйлеру паводле сваёй сутнасці медыйнага ці рэкламнага прадукту даводзіцца быць некананічным і глыбока асобасным, перадаваць персанальныя ўражанні і сацыяльна-культурныя ўстаноўкі аўтара, а таксама трансліраваць актуальныя візуальныя трэнды. Эфектыўнасць буктрэйлера як пасрэдніка паміж літаратурным тэкстам і чытачом заключаецца ў камбінацыі рацыянальных і візуальна-пачуццёвых фактараў уздзеяння, якія дазваляць роліку пераадолець парог успрымальнасці ў медыйным асяроддзі і выйсці на ўзровень уплыву. Такім чынам, пры стварэнні буктрэйлера неабходна мець на ўвазе, што па сваіх прынцыпах дзеяння ён істотна адрозніваецца ад класічнай рэкамендацыйнай анатацыі, прэзентацыі кнігі ці ілюстраванай рэцэнзіі, працуючы на ўзроўні аудыёвізуальнага (мультымедыйнага) прадукту.

Да асноўных параметраў, якія забяспечваюць медыйны ўплыў буктрэйлера, можна аднесці высокую патрабавальнасць да дынамікі відэа, хранаметражу, сродкаў візуалізацыі, структураванасці і выразнасці тэксту. Аптымальны хранаметраж роліка – каля 2 хвілін. Неабходна пазбягаць статычных кадраў: сюжэт павінен разгортвацца даволі дынамічна, з высокім узроўнем

канцэнтраванасці візуальна выражаных ідэй. Тэкст і музыка ставяцца ў прамую залежнасць ад візуальнага рада, г. зн. не тэкст з'яўляецца асноўным выразнікам аўтарскай канцэпцыі, а менавіта візуальныя вобразы (відэа, малюнкі, фота, выявы), працуючыя ў комплексе з тэкстам, музыкай, анімацыяй і інш. Асноўныя патрабаванні да тэксту: сцісласць, структураванасць, сэнсавая і эмацыянальная выразнасць, рэlevantнасць пастаўленай аўтарам задачы. Пры дапамозе музыкі перш за ўсё перадаецца і ўзмацняецца агульны настрой роліка, аднак і музыка, і тэкст могуць выконваць самастойныя задачы. Каб пазбегнуць разбалансаванасці асноўных складнікаў, пажадана пры тэсціраванні гатовага буктрэйлера праверыць яго на адпаведнасць галоўнаму правілу: «сэнс роліка павінен быць зразумелы без гуку, а настрой відэа павінен успрымацца без карцінкі» [2].

Пры вытворчасці мультымедыйнага буктрэйлера ўзнікае асобнае пытанне аб узаемадзеянні фарматаў (відэа, тэкст, выява, аўдыё, музыка, анімацыя, відэа з тытрамі і інш.). Камбінацыя фарматаў стварае цэласную, лёгка ўспрымаемую візуальную гісторыю і сэнсавое поле, якое не падлягае ўнутранай фрагментацыі на асобныя фарматныя элементы. Пры перагружанасці фарматамі ўражанне ад роліка можа быць цалкам сапсавана. Таму лепш зрабіць якасны фотафільм (трэйлер, які візуалізуе кнігу фотаздымкамі і ілюстрацыямі) з тэкставым і музычным суправаджэннем, чым дадаткова перагружаць яго відэафрагментамі, эпізодамі экранізацый, што разрываюць агульную зладжанасць мастацкай канцэпцыі. Выкарыстанне фармату відэа з тытрамі, моўшн-відэа, анімацыі патрабуе асаблівага прафесіяналізму ў сумяшчэнні з іншымі фарматамі (акрамя гукавага), таму лепш выкарыстоўваць іх у якасці самастойных. Калі буктрэйлер ствараецца ў тэхніцы мабільнага кіно, варта паказаць кнігу некалькі секунд у пачатковых і фінальных кадрах і ўстрымацца ад інтэграцыі некаторых іншых фрагментаў кшталту дэманстрацыі водгукаў і рэцэнзій, біяграфічных звестак аб аўтары, гісторыі напісання кнігі, фотаздымкаў, а тым больш іншых відэафрагментаў, якія ўключаюць, напрыклад, камунікацыю аўтара з публікай і г. д.

У культуралагічным сэнсе буктрэйлер уяўляе сабой мадэль мастацкай рэальнасці з адмыслова закладзенымі ў ёй рэсурсамі

росту і змен. Гэта прынцыпова адкрыты медыятэкст, настроены на далейшае развіццё пад уздзеяннем чытацкага ўражання ад базавага літаратурнага твора. Буктрэйлер па сутнасці выконвае задачы стварэння прыцягальнай мастацкай мадэлі, якая змяшчае стымул прачытаць твор і працягнуць аўдыёвізуальную інтэрпрэтацыю або прапанаваць сваю.

Па спосабах візуалізацыі літаратурнага тэксту вызначаюць буктрэйлеры ігравыя (ігры міні-фільм па кнізе); нейгравыя (набор слайдаў з цытатамі, ілюстрацыямі, кніжнымі разваротамі, тэматычнымі малюнкамі, фотаздымкамі); анімацыйныя (мультфільм па кнізе). Па змесце буктрэйлеры могуць быць апавядальныя (прэзентуюць эпічную частку, аснову сюжэту твора); атмасферныя (перадаюць асноўны настрой кнігі і чаканыя чытацкія эмоцыі); канцэптуальныя (трансляюць ключавыя ідэі і агульную сэнсавую накіраванасць тэксту) [1]. Для стварэння відэаролікаў звычайна выкарыстоўваюцца мікрафон, камера, разнастайныя праграмы і адпаведныя сэрвісы, графічныя анлайн-рэдактары, праграмы і вэб-сэрвісы для рэдагавання відэа і мантажу (Windows Movie Maker, Adobe Premiere Pro, VideoPad, Shotcut, DaVinci Resolve, InVideo), мабільны тэлефон і мабільныя відэарэдактары. Пры стварэнні ігравага фільма суадносіны часу на здымачны працэс і далейшую апрацоўку/мантаж відэа могуць дасягаць 1:10. Тым не менш вытворчасць якаснага буктрэйлера можа займаць некалькі дзён, нават пры ўмове адсутнасці вопыту работы з відэарэдактарамі.

Працэс стварэння буктрэйлера ў агульным выпадку ўключае некалькі этапаў: 1) выбар твора; 2) распрацоўка канцэпцыі роліка; 3) напісанне сцэнарыя; 4) арганізацыя здымачнага працэсу / падбор відэа-, аўдыё-, тэкставага, ілюстратыўнага матэрыялу; 5) вытворчасць роліка, мантаж, накладанне фільтраў і эфектаў, гукавое і музычнае суправаджэнне (калі патрабуецца); 6) тэсціраванне і размяшчэнне кантэнту ў сацыяльных медыя. Работа ў камандзе з'яўляецца аптымальным спосабам вытворчасці буктрэйлера як праекта. Пры гэтым ролі могуць размяркоўвацца ў залежнасці ад здольнасцей кожнага члена праектнай каманды, віду дзейнасці і распрацоўкі канцэпцыі і агульнага кіраўніцтва праектам, напісання сцэнарыя, тэксту, валодання навыкамі моўшн-дызайну і анімацыі, забеспячэння здымачнага працэсу (рэжысёрская і апэратарская работа),

валодання графічнымі рэдактарамі і праграмамі па мантажы і г. д. Магчыма сумяшчэнне роляў і індывідуальнае выкананне работ па стварэнні буктрэйлера.

У лістападзе 2020 г. на факультэце інфармацыйна-дакументных камунікацый Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў быў арганізаваны конкурс буктрэйлераў FIDC Book Vision 2020, канцэптуальна звязаны са святкаваннем 90-годдзя слаўтага беларускага пісьменніка Уладзіміра Караткевіча. Задачы конкурсу – арганізацыя творчай лабараторыі аматараў літаратуры і кіно, інтэнсіўны абмен ідэямі і эксперыментальнымі рашэннямі, падтрымка таленавітай моладзі і арыгінальных аўтарскіх праектаў, прамоцыя беларускай літаратуры. У конкурсе ўдзельнічалі студэнты старшых курсаў, прадставіўшы каля 40 работ у трох намінацыях:

1. Караткевіч. Вельмі (Karatkevich. Really): любы твор У. Караткевіча.

2. Белліт у кадры (Bellit in the shot): любы твор беларускай літаратуры.

3. Кніга, якая змяніла ўсё (A book changed everything): любы твор сусветнай мастацкай літаратуры (ад антычнай да сучаснай).

Ацэнка ролікаў праводзілася міжфакультэцкім журы з удзелам экспертаў у сферы літаратуразнаўства, бібліятэказнаўства, рэжысуры, інфармацыйных тэхналогій у культуры, культуралогіі. Студэнты здолелі стварыць высакаякасныя ролікі, якія дэманстраваліся на афіцыйным сайце і ютуб-канале ўніверсітэта, а таксама на сайтах буйных бібліятэк Беларусі. Пры ацэнцы эксперты адзначалі кінематаграфічную прывабнасць ролікаў, арыгінальную драматургію, шчырасць аўтарскага выказвання. Па выніках конкурсу было ўручана 15 прызоў і ўзнагарод, у тым ліку гран-пры, прызы за лепшы буктрэйлер у кожнай з катэгорый, спецыяльны прыз за новае бачанне твора («Нефармат»), спецыяльны прыз за драматургію, рэжысуру, тэкставае, музычнае суправаджэнне і інш. Буктрэйлеры-пераможцы былі прадстаўлены ў фармаце відэапрэзентацыі, анімацыі (у тым ліку stop-motion-відэа) і мабільнага кіно.

Разуменне асноўных прынцыпаў дзеяння буктрэйлера як медыйнага прадукту, заснаванага на творчай перапрацоўцы

літаратурнага тэксту, дазваляе засвоіць новыя тэхналогіі прадстаўлення і прамоцыі кнігі, адпаведныя фарматы дыялогу з патэнцыйным чытачом і гіперактыўнай медыйнай прасторай.

1. Волкова, Н. В. Буктрейлер как «визуальное эссе» в контексте формирования читательского интереса [Электронный ресурс] / Н. В. Волкова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/buktreyleyler-kak-vizualnoe-esse-v-kontekste-formirovaniya-chitatelskogo-interesa>. – Дата доступа: 25.08.2021.

2. Всё о видеомонтаже [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://videomount.blogspot.com/2008/06/blog-post_9206.html. – Дата доступа: 27.07.2021.

3. Жбанков, М. Р. Информационное общество как культурный проект / М. Р. Жбанков // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Сер. 6, Философия. Политология. Социология. Психология. Право. Международные отношения. – 2004. – Вып. 5. – С. 44–56.

УДК 002.2(476)

Л. І. Доўнар,

*кандыдат педагагічных навук, дацэнт,
прафесар кафедры інфармацыйна-аналітычнай дзейнасці
ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт
культуры і мастацтваў», Рэспубліка Беларусь*

ПРАДМОЎНАЯ КНІЖНАЯ ТРАДЫЦЫЯ І КРЫНІЦЫ ВЕДАЎ ПРА КНІГУ І ЧЫТАННЕ

Анатацыя. Артыкул прысвечаны разгляду прадмоў да беларускіх выданняў XVI–XVIII стст. як крыніц даследавання вытокаў кнігазнаўчай думкі Беларусі.

Ключавыя словы: гісторыя кнігазнаўства Беларусі, крыніцазнаўства навукі пра кнігу і чытанне, гісторыя кнігі Беларусі, беларускія выдаўцы-асветнікі, прадмовы да беларускіх выданняў XVI–XVIII стст.

L. Dounar,

*Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Professor of the Department of
Information and Analytical Activity of the Educational Institution
«Belarusian State University of Culture and Arts», Republic of Belarus*

FOREWORDS AS A BOOK TRADITION AND SOURCES OF KNOWLEDGE ABOUT BOOKS AND READING