

Буктрейлер представляет собой короткий видеорассказ о книге (на 2-3 минуты). Он может быть сформирован в формате презентации, постановочного видео или с использованием современных спецэффектов и анимации. В буктрейлере раскрываются наиболее яркие моменты того или иного произведения. Цель буктрейлера – рассказать о книге. Но этот рассказ должен содержать интригу, чтобы заинтересовать зрителя, подвести его к покупке книги, либо к ее прочтению. Буктрейлер помогает находить новых читателей. Как мы знаем, видеоформат в интернете на сегодняшний день самый актуальный и эффективный. Youtube бьет все рекорды по популярности. Поэтому необходимо использовать этот канал.

Буктрейлер решает несколько задач:

- 1 Привлечение внимания к книге.
- 2 Создание аудитории читателей.
- 3 Формирование персонального бренда писателя.

### **Как создать буктрейлер – основные этапы.**

1. Разрабатываем сюжет буктрейлера. Он должен показать основные яркие точки книги. Это видеопрезентация вашей истории, где должны быть показаны герои, место, конфликт и интрига.
2. Определяем формат видео. Это может быть скринкаст, когда вы записываете и озвучиваете на видео презентацию из PowerPoint, например. Отлично подойдут постановочные съемки с привлечением актеров или бюджетный вариант – друзья и вы в главной роли. Третий вариант – анимация и графика – тут рекомендую обратиться к специалистам.
3. Запись буктрейлера. Если вы решили создать буктрейлер самостоятельно, рекомендую две программы – PowerPoint и Camtasia studio 8. Так же можно использовать Movie Maker. В первой вы создаете презентацию, которую можно будет записать. Во второй программе происходит монтаж всего видео.
4. Публикация на YouTube. Буктрейлер вы выкладываете на сервис YouTube для его дальнейшего продвижения. Данный сервис очень удобен и популярен в Сети.

Но без активного продвижения мы никуда далеко не сдвинемся. Поэтому необходимо использовать 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. Это важно знать!

## План для буктрейлера можно создать двумя способами:

1. Подобрать выразительные цитаты из текста — и под них найти подходящие иллюстрации, видео или музыку.
2. Или сначала выбрать иллюстрации, видео и музыку — и уже ориентируясь на этот материал, написать короткий сюжетный текст или подобрать необходимые цитаты из произведения.

При этом нужно четко знать, какой именно буктрейлер вы создаете – [атмосферный или повествовательный](#). И, исходя из этого, выбирать и цитаты, и иллюстрации, и музыку. И в предварительном плане прописать: «картинка 1 = цитата 1 = музыкальный момент 1».

## Технические средства (что вам понадобится при создании):

- микрофон и камера – для создания собственных видео- и аудиоматериалов;
- программы для работы – Windows Movie Maker, SonyVegas Pro. Windows Movie Maker – довольно простая программа, которую легко освоить самостоятельно.
- **Средний интервал ролика – 1-3 минуты.** Конечно, при желании можно взять и больший временной отрезок, но лишь при условии логично выстроенного и сюжетного видеоряда. Не стоит переутомлять зрителей красивой и эффектной «водой». Ваше дело как создателя – рекламировать свою книгу, а не хвастать коллекцией картинок. Если же по плану получается больше 4 минут, можно разбить ролик на две части.
- Желательно соблюдать **единообразие иллюстраций**: если рисованные иллюстрации – значит рисованные, если аниме – значит аниме, если фото – значит фото. При этом нужно соблюдать стилистику музыки и видеоряда.
- **Ролик должен цеплять и интриговать.** Для этого важно подбирать не только яркие и эффектные картинки, но и хорошие цитаты. Не стоит пересказывать смысл произведения.
- Если есть сложности с написанием сценарных фраз, можно использовать, например, яркие диалоги с обрисовкой конфликта и дальнейшим представлением главных героев.
- **Акцент на качество и простоту.** Аудиотрек должен быть качественным, без шумовых эффектов и с одним уровнем громкости. Иллюстрации – четкими и без чужеродных элементов.
- **Шрифт в титрах и субтитрах должен быть разборчивым и читабельным.** Лучше использовать простой и привычный TimesNewRoman, чем красивый и витиеватый готический шрифт,

который не сможет прочесть никто, кроме вас. Буктрейлер вы создаете не для себя, а для потенциальных читателей. А значит – избегайте лишних сложностей и желая сделать «полуфабрикат».

- **Помните про закон об авторских правах.** Если вы используете чужие видеоматериалы, аудиотреки или иллюстрации, то убедитесь, что они лежат в свободном доступе.
- Конечно, лучше использовать классическую музыку или нарезку из старых фильмов, но если ваш выбор пал на редкую музыку или на работы современного художника, то по возможности нужно связаться с правообладателем и спросить разрешение на использование материалов.
- В любом случае заключительных титрах нелишним будет заметить: все права на использованные материалы принадлежат правообладателям, указать на владельца и название источника (фильм, песня) и уточнить, что материалы использованы в ознакомительных целях.
- Еще совет: актуален опрос читательской аудитории. Какие моменты в целом по сюжету и в частности – из сцен нравятся, чем книга цепляет, а чем – может оттолкнуть. Зачастую мнения расходятся: и то, что нравится автору, проходит мимо читателя, а то, что написано абы как и между делом, у читателей вызывает восторг. А буктрейлер делается для читателей.
- И еще один момент: **прежде чем записывать видеоролик, протестируйте его черновик «на кошках», то бишь – на друзьях или родственниках.** И обратите внимание на их замечания.
- Может быть, им покажется слишком мелким или неразборчивым шрифт. Может быть, они заметят, что титры и субтитры мелькают слишком быстро, и их не успеваешь прочитать. Может быть, им покажется, что иллюстрации «тормозят» или «торопятся», не соответствуя темпу музыки.

Помните, буктрейлер – это реклама, которая создается для потребителя и должна обязательно учитывать его запросы – от подсознательного желания прочитать определенную книгу до визуальных и аудиальных мелочей ролика. И ваша задача - убедить читателя, что книга ему нужна не «определенная», а именно та, которую написали вы.

Есть в России и свой эксперт по буктрейлерам - переводчик и критик Лев Оборин, который примерно полтора года вел на сайте Openspace.ru обзоры главных буктрейлеров месяца.

Наконец, появляются конкурсы буктрейлеров. Летом 2012-го прошел конкурс буктрейлеров Videobooks, который устраивал московский книжный магазин Dodo Space. Проводятся провинциальные конкурсы, а в ноябре 2012 года стартовал первый Всероссийский Конкурс-парад Буктрейлеров.