Памятка для создания буктрейлера

[3 комментария](http://school-of-inspiration.ru/pamyatka-dlya-sozdaniya-buktrejlera#comments)

[Буктрейлер – это новый жанр](http://school-of-inspiration.ru/buktrejler-reklamnyj-film-o-knige) рекламно-иллюстративного характера, объединяющий литературу, визуальное искусство и электронные и интернет-технологии.

*В отличие от большинства рекламных продуктов, буктрейлеры потребуют минимальных затрат, и их можно сделать дома, самостоятельно. Буктрейлер очень поможет раскрутке вашего произведения в Сети, если вы издали книгу*[*за свой счет*](http://school-of-inspiration.ru/kniga-za-svoj-schet)*или*[*продвигаете*](http://school-of-inspiration.ru/kak-reklamirovat-elektronnuyu-knigu)*электронную книгу.*

**Материалы для ролика:**

* фото- и видеоматериалы (или свои, или скаченные из Интернета);
* иллюстрации и музыка (так же – или свои, или скаченные из Сети), озвучка (если есть возможность, лучше профессиональная);
* цитаты из рекламируемого произведения;
* разворот обложки с [аннотацией](http://school-of-inspiration.ru/kak-napisat-annotaciyu-k-knige) (если обложки нет, ее можно заказать у дизайнеров);
* план работы.

**План работы должен быть ориентирован на четыре важных момента:**

* задача буктрейлера: на что бы вы хотели обратить внимание [потенциального читателя](http://school-of-inspiration.ru/reklama-knigi-svoimi-silami), который смотрит ваш ролик, чем собираетесь его заинтриговать, какие эмоции вызвать, как подтолкнуть к покупке книги и ее прочтению;
* определить, какие именно картинки или отрывки видео соотносятся с идеей произведения и поставленной задачей;
* проверить, подойдет ли видео или иллюстративный ряд выбранной музыке (музыка обязательно должна сочетаться с информацией и картинками, положительно воздействовать на воображение зрителя);
* решить, как в ролике будет представлен текст – появлением на слайдах, субтитрами или же аудиозаписью – вместо музыки.

**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 понимать, какой именно буктрейлер вы создаете – [атмосферный или повествовательный](http://school-of-inspiration.ru/buktrejler-svoimi-rukami-primery). И, исходя из этого, подбирать и цитаты, и иллюстрации, и музыку. И в предварительном плане прописать: «картинка 1 = цитата 1 = музыкальный момент 1».

**Технические средства:**

* 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.

**Буктрейлер только выходит в моду, но общие принципы его создания уже сформировались:**

**1. Средний интервал ролика – 1-3 минуты.** Конечно, при желании можно взять и больший временной отрезок, но лишь при условии логично выстроенного и [сюжетного](http://school-of-inspiration.ru/pishem-knigu-chto-takoe-syuzhet) видеоряда. Не стоит переутомлять зрителей красивой и эффектной «водой». Ваше дело как создателя – [рекламировать](http://school-of-inspiration.ru/reklama-knigi) свою книгу, а не хвастать коллекцией картинок. Если же по плану получается больше 4 минут, можно разбить ролик на две части.

**2.** Желательно соблюдать **единообразие иллюстраций**: если рисованные иллюстрации – значит рисованные, если аниме – значит аниме, если фото – значит фото. При этом желательно соблюдать стилистику музыки и видеоряда.

*Так, строгие картинки в стиле фэнтези вряд ли будут сочетаться с разухабистыми частушками, а классический «Вальс цветов» – с аниме.*

**3. Ролик должен цеплять и интриговать.** Для этого важно подбирать не только яркие и эффектные картинки, но и [меткие цитаты](http://school-of-inspiration.ru/pishem-knigu-rabota-nad-stilem). 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.*

**4. Акцент на качество и простоту.** Аудиотрек должен быть качественным, без шумовых эффектов и с одним уровнем громкости. Иллюстрации – четкими и без чужеродных элементов.

*Так, если вы скачали картинки из Интернета, то сопровождающую их рекламу лучше замазать (редакторы для обработки – простейший Paint или ACDSee). Или сразу ищите рисунки и фото без крупных значков чужой рекламы.*

И, как уже было сказано, если позволяют возможности, лучше вложиться в профессиональную звуковую дорожку. Благо, сейчас есть самые разные сервисы — в том числе, предлагающие озвучку в хорошем качестве, на разные голоса и  с любым сопровождением (шум волн, птичье пение, скрипение половиц и т. п.).

**5. 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 желания сделать «полуфабрикат».

**6. 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](http://school-of-inspiration.ru/reklama-knigi-v-socialnyx-setyax-pervye-shagi-i-vozmozhnye-oshibki). 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.*

Таких «может быть» может быть много 😉 И все чужие пожелания важно учесть, проверить их лично и исправить, если они актуальны. Ибо буктрейлер – это [реклама](http://school-of-inspiration.ru/kak-prodavat-elektronnuyu-knigu), 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](http://school-of-inspiration.ru/reklama-knigi-v-internete-pozitiv), что книга ему нужна не «определенная», а именно та, которую написали вы. 😉