



НА ДОПОМОГУ ВЧИТЕЛІВІ

БУКТРЕЙЛЕР І ТИЗЕР

Нині складно уявити освітню практику без популярного терміна «буктрейлер». Нагромаджуємо на нього і в підручниках, і в розробках уроків, і в численних медіаресурсах для дистанційної освіти. Дослівно з мови-оригіналу (англ. *booktrailer*) це *книгоанонс*. В «Українській бібліотечній енциклопедії» наведено таку дефініцію «буктрейлера»: «короткий відеоролик (зазвичай тривалістю до 3 хв), створений для рекламування певної книги, її просування серед відвідувачів книгарень, книготорговельних інтернет-магазинів, користувачів бібліотек, з метою заохочення до читання».

Поняттям «буктрейлер» нині називають і відеокomпозицію з екранізованих епізодів літературного твору, і відеоінсталяцію з музичним супроводом, і презентацію – набір слайдів з інформацією про автора книги та низкою цитат. Серед англomовних зразків такої медіапродукції традиційний хронометраж – 60–90 секунд; українські аналоги мають тривалість від 30 с до 10 хв. Буктрейлери зазвичай спрямовані на конкретну цільову аудиторію, тому їх творці, наприклад, можуть використовувати популярні аудіокomпозиції, образи, медіаресурси, які привертають увагу певної категорії реципієнтів.

Буктрейлер має на меті рекламувати книгу, зацікавити нею читача, спонукати до прочитання і придбання. Цей термін активний не тільки в дидактиці, напевно, ще популярніший він у середовищі бібліотекарів та видавців. Готують буктрейлери і для книг, які є давно у книгофонді, і до книг, які мають з'явитися. Відеоанонсування виходу друком поліграфічної

продукції активно використовують у практиці видавництва (до речі, перші українські буктрейлери було підготовано на книги видавництва «Фоліо»).

Дослідники традиційно визначають два піджанри буктрейлерів: *анонс* і *відгук*. До речі, відеовідгуки читачів називають фан-буктрейлерами, їх можна вважати різновидом фан-арту (творчості прихильників популярних творів мистецтва, зосібна й художніх текстів).

В Україні формується своя культура створення буктрейлерів, і є високопрофесійні зразки згаданої медіапродукції. У Києві вже кілька років проводять Всеукраїнський щорічний фестиваль буктрейлерів і промороликів «Book Fashion». Конкурсні роботи на цьому фестивалі виконують у таких форматах:

- ігровий буктрейлер (відеоролик про книгу);
- презентаційний буктрейлер (набір слайдів);
- анімаційний буктрейлер (мультфільм про книгу).

Звернімо увагу на перелік номінацій конкурсу: «трейлер до твору за шкільною програмою; трейлер до художньої книги; трейлер до дитячої книги...». Тобто фіксуємо редукований варіант терміна – «трейлер», уживання якого зумовлене тенденцією до мовної економії у визначеній комунікативній ситуації. Зауважимо, що в кіноіндустрії термін «трейлер» визначають як невеликий відеоролик із коротких і видовищних фрагментів фільму, використовуваний для анонсу чи реклами цієї стрічки.

Які ж українські відповідники уживають для означення цього поняття? *Книгоогляд, книгоролик, книготрейлер, відеоанонс, відеоанотація, відеопрезентація* тощо.

Щодо правопису і словозміни: *буктрейлер* пишемо разом. Орфографічні словники ще не фіксують цю лексему. За аналогією до словозміни другої частини цього слова «трейлер» у Р. в. однини маємо форму *буктрейлера*. Наголошуємо *буктрейлер*.

Чи можемо зараз запропонувати повноцінний український термін-відповідник, що замінить *буктрейлер*? Є сумніви. У зв'язку з високими темпами цифровізації суспільного життя й освіти зокрема в мовній практиці, ймовірно, усталиться *буктрейлер*. Для пояснення цього терміна можна вживати описові конструкції *книгоогляд (книжковий огляд), книгоанонс, відеоанотація*.

Як із словом «буктрейлер» пов'язана лексема «тизер»?

Тизер (від англ. *teaser* – дослівно ‘дражнилка’) – рекламне повідомлення, що містить частину інформації про продукт, але ніяк його не називає. Тизери створюють на початковому етапі рекламування товару чи продукції з метою зацікавлення потенційних покупців чи споживачів послуг.

Першим тизером вважають оголошення з питанням «Чому?», розміщене 1906 р. уздовж доріг Сан-Франциско. Його було використано для рекламування бренду *MJB Coffee*. Загадки, недомовки, натяки, інтриги – такий своєрідний «інструментарій» творення тизерів.

Подеколи в інформаційному просторі між *тизером* і *буктрейлером* ставлять знак рівності, вважають їх синонімами. Але якщо в *буктрейлері* є елементи анотації, то *тизер* має на меті тільки спровокувати, роздразнити цікавість потенційних читачів, щоб спонукати прочитати або придбати книгу. Крім того, вони відрізняються за тривалістю: хронометраж *буктрейлера* – до 3 хв, а *тизера* – до 1 хв. Отже, поняття *буктрейлера* і *тизера* можна вважати синонімами тільки в тому разі, якщо йдеться про ситуацію, яка передуює появі книги в друці.

Серед власне українських відповідників слова *тизер* сайт «Словотвір» (<https://slovotvir.org.ua/words/tyzer>) пропонує такі: *принада, дражнилка, ваба, зачіпка, звабина, вабило, дражник, ваб, вабилко, повабка, приманка, вістунок, рупило, надило, рупиво, кортяч, кортяк, кортило, зазиванка* та ін.

У сфері реклами натрапляємо на терміни з компонентом *тизер*, наприклад: *тизер-трейлер, тизер-кампанія* тощо. Тизер-трейлер – короткий трейлер, створений для реклами майбутньої медіапродукції (фільму, телепрограми, відеогри та ін.), щоб «роздразнити», заінтригувати потенційну аудиторію. Тизер-кампанія – рекламна кампанія, що передбачає використання низки коротких, зашифрованих, манливих повідомлень, які передують повноформатній рекламній кампанії або іншій важливій події.

Отже, обидва із зазначених слів посіли своє місце в лінгводидактиці та бібліотекознавстві. Утім пошуки українських відповідників-замінників мають тривати.

Ангеліна Ганжа