МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Гриньова Єлизавета Ігорівна

Буктрейлер до книги «Хранителі Корони» Тати Лінту

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності 022 Дизайн
ОПП «Мультимедійний дизайн»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.
_____ Є. І. Гриньова

Керівник: Кліманов Сергій Валерійович
Старший викладач

Харків–2025

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ 7
1.1. Буктрейлер до книги «Легенда про вільних» Каспшишак А.В. 7
1.2. Буктрейлер до книги “The Monster Who Wasn’t” 8
1.3. Буктрейлер “Song of the Current” 9
1.4. Буктрейлер “Will Wilder” 10
1.5. Буктрейлер «Тигролови» до твору Івана Багряного 10
1.6. Трейлер до мультфільму “Encanto” 11
1.7. Трейлер до фільму “The Hobbit” 12
1.8. Різдвяна іграшка «Гаррі Поттер Грінготтс Wizarding Bank» 13
1.9. Ілюстрація “library” 14
1.10. Візуалізація «Будинок» 14
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ 16
ВИСНОВКИ 20
ЛІТЕРАТУРА 21
ДОДАТОК І. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ 23
ДОДАТОК ІІ. ЕСКІЗНИЙ ПОШУК 29
ДОДАТОК ІІІ. СКЛАД ПРОЄКТУ 33
ДОДАТОК IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ 41

ВСТУП

Сучасна українська література, безсумнівно, перебуває у стані активного розвитку, зокрема у жанрі фентезі. Різноманітність творів, що з’являється щороку, є доказом того, що письменники постійно шукають нові способи донести свої ідеї до читачів. Однак ця творчість часто залишається малопомітною через специфіку сучасного світу, де авдиторія все частіше зосереджується на інтерактивному й швидкому контенті, який поширюється через різні платформи та соціальні медіа [1, 2].

Аналіз українських і зарубіжних буктрейлерів демонструє значні відмінності в їхніх функціях та стилістиці. Українські відеоролики здебільшого мають інформаційно-описовий характер і спрямовані на культурно-просвітницьку мету. Водночас закордонні буктрейлери створюють емоційно насичену атмосферу, використовуючи аудіовізуальні засоби для глибшого занурення в сюжет та атмосферу книги. Цей контраст обумовлений різницею в рівні залучення професійних команд: в Україні над створенням таких роликів часто працюють аматори, тоді як за кордоном до процесу залучені творчі агенції з досвідом у відеопродакшені [3].

Від часу появи буктрейлерів у 2002 році їхня форма значно еволюціонувала. Вони варіюються від простих роликів до складних короткометражних фільмів, створюючи значний потенціал для розширення ринку через соціальні мережі такі як: YouTube, Facebook і Instagram. Хоча наразі буктрейлери не мають чітко сформованих стандартів [7]. Дослідження свідчать, що елементи наративу, зокрема саундтрек, візуальні ефекти та яскравий монтаж, є вирішальними для створення успішного буктрейлера. Ці техніки дозволяють перетворити коротке відео на потужний маркетинговий інструмент [5, 6].

Пандемія COVID-19 стимулювала популярність таких відео, що поширюються через хештеги, як-от #booktrailer, і закріпила їхню значимість для промоції книг. Водночас розвиток спільнот на платформах, таких як

TikTok (зокрема, BookTok), демонструє ефективність цифрових стратегій у сучасних комунікаціях. Видавництва дедалі активніше співпрацюють з інфлюенсерами та блогерами, щоб збільшити охоплення, формувати тренди й адаптувати PR-стратегії до вимог цифрової епохи [9,10].

Використання риторичних елементів, таких як етос, патос і логос, також забезпечує ефективність буктрейлерів. Згадування авторитетних імен, створення емоційного впливу через музику та візуалізацію, а також забезпечення ключової сюжетної інформації значно підвищують зацікавленість цільової аудиторії. Поєднання цих елементів перетворює буктрейлери на інструмент, здатний не лише зацікавити, але й надихнути глядачів на читання книги [8].

Люди все більше орієнтуються на візуальний контент, який сприймається легко та швидко. У цьому новому середовищі саме яскравий візуальний супровід і творча подача матеріалу стають важливими інструментами для привернення уваги до твору. Формат буктрейлерів, який поєднує в собі зображення, звук і текст, має значний потенціал для популяризації книг. Однак у нашому медіа-просторі вони зустрічаються надзвичайно рідко.

Як наслідок, українська фентезі література візуально не привертає достатньої уваги, що суттєво зменшує її популярність серед потенційної аудиторії. Попри це, жанр фентезі має значний потенціал у створенні яскравого візуального контенту завдяки багатству вигаданих світів, цікавих сюжетів і харизматичних персонажів. Сучасний читач прагне швидких і яскравих вражень, і саме буктрейлери можуть стати містком між літературою та її аудиторією.

У цифрову епоху візуалізація стає важливою складовою популяризації літератури, адже читачі, особливо молодь, знайомляться з новими творами саме через соціальні мережі. На жаль, українська література поки що недостатньо інтегрована у ці формати [4]. Це створює прогалину, яку необхідно заповнити, щоб зробити українські твори більш доступними та

цікавими для широкої аудиторії. Лише за рахунок використання таких сучасних інструментів, як буктрейлери, можна посприяти її подальшому розвитку та популяризації.

Актуальність: Буктрейлер є ефективним інструментом популяризації літератури, яка гармонійно поєднує силу зображення, звуку та наративу. Його основною функцією є привернення уваги та зацікавлення аудиторії, адже він працює як емоційний «гачок», схожий на трейлер до фільму. Глядач одразу отримує візуальне уявлення про ключові аспекти твору: персонажів, їхній характер, локації та атмосферу. Однак надана інформація залишається достатньо загадковою, щоб викликати бажання дізнатися більше й звернутися безпосередньо до книги, відкриваючи для себе її повний зміст.

Буктрейлер створює особливий міст між традиційними книгами та сучасними форматами сприйняття. Завдяки своїй структурі він здатний привернути увагу навіть тих людей, які надають перевагу фільмам або аудіо книгам, замість друкованих видань. У таких випадках буктрейлер допомагає розкрити потенціал літературного твору, використовуючи візуальний та емоційний вплив. В Україні цей формат на даний момент залишається нерозповсюдженим, що робить тему дипломної роботи особливо актуальною.

Новизна: Цей буктрейлер є першим до книги Тати Лінту «Хранителі корони». У роботі використані прямі діалоги персонажів, замість закадрового оповідача, у форматі 2D анімаційному буктрейлера, що є нетиповим для даного формату проєктів. У цьому ж проєкті діалоги відіграють ключову роль у розкритті характерів та ідейного змісту історії: через них глядач знайомиться з внутрішнім світом героїв, їхнім ставленням до моральних дилем. Проєкт вирізняється кінематографічним підходом до побудови кадру: замість стандартної структури з паралакс-ефектом, презентації або простим «перегортанням сторінок», буктрейлер використовує динамічну зміну планів — від загальних до крупних, навіть у межах однієї локації.

Для успішної розробки буктрейлера до роману Тату Лінту «Хранителі корони» було проведено детальний аналіз цільової аудиторії на основі

результатів опитування, що охопило 109 респондентів. Цей аналіз дав змогу сформувати чітке уявлення про соціально-демографічні характеристики, читацькі звички та ставлення до формату відеоанонсів серед потенційних глядачів. Визначено, що основною аудиторією є молодь віком від 18 до 24 років, яка є найбільш активною в цифровому середовищі та позитивно реагує на візуальний контент. Переважна більшість опитаних — жінки, що вказує на необхідність врахування гендерних особливостей у створенні емоційного та наративного наповнення трейлера. Аналіз показав, що значна частина аудиторії читає книги або відкрито налаштована до читання, що підтверджує потенціал буктрейлера як інструменту зацікавлення. Водночас дослідження виявило, що знайомство з форматом буктрейлерів поки що є обмеженим, хоча багато хто проявляє інтерес до такого способу презентації книжкових творів. Важливим фактором для сприйняття відеоанонса виявився голос диктора та якість звукового супроводу, що суттєво впливає на емоційне залучення глядачів. Загалом, результати свідчать про високу ефективність буктрейлера як засобу популяризації читання серед молоді, підкреслюючи його актуальність у сучасній цифровій культурі. Отримані дані створюють міцну основу для подальшої реалізації проєкту, спрямованого на залучення та утримання уваги цільової аудиторії через сучасні візуальні формати.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

В якості аналогів наведені прямі аналоги: Буктрейлер до книги «Легенда про вільних» авторства Каспшишака А.В., Буктрейлер до книги “The Monster Who Wasn’t”, Буктрейлер “Song of the Current”, Буктрейлер “Тигролови” Івана Багряного, Буктрейлер “Will Wilder”; та непрямі: Трейлер до “Encanto”, Трейлер до фільму “The Hobbit”, Різдвяна прикраса “Гаррі Поттер Грінготтс Wizarding Bank”, Ілюстрація “library”, Візуалізація «Будинок». Аналоги містять в собі різні елементи використані як джерело натхнення для дипломного проєкту. Через велику різницю в призначенні і реалізації аналогів, в подальших описах буде наголошено на ідеях і деталях робіт, з яких було взяте натхнення.

1.1. Буктрейлер до книги «Легенда про вільних» Каспшишак А.В.

Буктрейлер до книги «Легенда про вільних» авторства Каспшишака А.В.,[1] створений Наталією Костецькою у 2024 році (іл.1.1) демонструє класичну структуру побудови трейлера. У композиційному рішенні відео виділяються такі ключові етапи: вступ, що включає загадкову сцену для створення інтриги; експозиція, представлена міфічними істотами, що закладає основу світобудови; зав’язка, яка підкреслює наростання конфлікту через похмурі візуальні та сюжетні елементи; кульмінаційна битва із зображенням дракона; завершення у вигляді титрів.

Стилістично буктрейлер акцентує увагу на контрасті між добром і злом, що досягається за допомогою кольорових рішень. Початкові кадри характеризуються світлою, м’якою колірною гамою, що асоціюється з добрими істотами, тоді як подальший візуальний ряд наповнений агресивними кольорами — червоним, чорним і синім. Зображення напівпрозорих фігур

[1] https://www.behance.net/gallery/204842817/Animation-project-book-tailer

символізують зло, підкреслюючи драматичний розвиток конфлікту. Така контрастність посилює емоційний вплив на глядача.

Технічне виконання проєкту здійснено у форматі по кадрової 2D анімації. Графічна складова представлена растровою графікою. Стилістика виконання має візуальну різницю, що акцентує контраст між людським світом та світом потойбічним, де мешкають різні містичні істоти. Візуальні сцени поєднані з текстовими титрами, що сприяє епічній ритміці трейлера.

Аудіовізуальне рішення реалізоване через об'єднання інструментальної музики напруженого характеру та звукових ефектів, таких як шум вітру, дощу, грому, а також сміху, що підсилює зображення та анімацію. Закадровий голос — чоловічий, глибокий — дублює текстові написи на екрані, підсилюючи драматургічну складову відео. Основною цінністю цього ролика для нашого дипломного проєкта є атмосферність, цікаві текстури, ідея як різною стилістикою в одному ролику відокремити події, світи.

1.2. Буктрейлер до книги "The Monster Who Wasn't"

Буктрейлер до книги "The Monster Who Wasn't" від видавництва Bloomsbury,[2] створений австралійським дизайнером-аніматором Мевісом Вонгом (Mavis Wong) у 2019 році (іл.1.2). Його композиція побудована навколо центрального символічного елемента — руки, що тягнеться до різних об'єктів, створюючи відчуття пошуку, напруги та невизначеності. Сюжет розгортається без тексту чи озвучення, тільки з супровідною трилерною музикою, що підсилює напругу. Починається з логотипу видавництва та загадкового титру. Завершується кадром книги серед лісу, з іншим настроєм і колірною гамою.

Візуально трейлер вирізняється синьо-фіолетовою гамою, характерною для фентезі, і приємними для ока текстурами, які додають глибини та фактурності. Анімація — мінімальна, 2D, з деформаціями та плавними ключовими рухами. Композиції симетричні, головні об'єкти розташовані по

[2] https://www.behance.net/gallery/81216867/The-Monster-that-Wasnt

центру, без трансформацій чи сюжетного розвитку — інтерес підтримується зміною локацій та кольорів. Технічно: трейлер виконаний у After Effects і Photoshop, з фокусом на художню стилізацію, а не на складну анімацію.

Особливий інтерес для дипломного проєкту становить прийом створення інтриги через симбіоз прогресивного наростання звуку та швидкої зміни локацій за умов мінімальної анімації, що тече між кадрами без перерв, створюючи ефект стрімкого перебігу часу й подій. Такий художній метод додає глибини відчуттям і створює враження, що за короткий час глядач переживає цілий спектр емоцій та етапів подорожі.

1.3. Буктрейлер “Song of the Current”

Буктрейлер “Song of the Current”[3] авторки Зої Крокер (Zoe Crocker).з Австралії у 2017 році (іл.1.3). Центральним візуальним елементом виступає парусник, що рухається зліва направо, змінюючи локації та візуально розкриваючи сюжет: подорож головної героїні Каро, її боротьбу за визволення батька, магію, піратів і таємниці. Трейлер побудований без діалогів і титрів — сюжет передається через образи та музику, яка створює динамічну атмосферу. Послідовність кадрів: початок у лісі, потім місто у вогні, сцена арешту, натяки на піратську тематику, і на завершення — обкладинка книги. Візуально трейлер вирізняється теплою кольоровою гамою, високою деталізацією, цікавими текстурами та контрастами. Анімація реалізована у 2D з використанням After Effects, Photoshop і Clip Studio Paint. Окрема цінність — творче поєднання сцен: наприклад, крапля з кружки переходить у сережку у вигляді каплі — це дає трейлеру візуальну цілісність і плавність. Персонажі не взаємодіють між собою, але глядач залучений через динамічне візуальне оповідання. Основна сила трейлера — у загадковості та емоційній напрузі, що захоплює та спонукає до повторного перегляду, попри відсутність прямої розповіді про сюжет. Для нашого проєкта цей аналог цінний саме через цікаві переходи кадра до кадру.

[3] https://www.behance.net/gallery/53482303/Bloomsbury-Song-of-the-Current-Book-Trailer

1.4. Буктрейлер “Will Wilder”

Буктрейлер “Will Wilder”[4] від художника Синклера Абанте (Synclaire Abante) (Джексонвілл, Флорида, США) був створений у 2016 році (іл.1.4). Цей трейлер вирізняється повноцінною сюжетною анімацією, що рідко зустрічається у трейлерах до книг — за відчуттям він нагадує анімаційний фільм. У відео представлено різноманітні локації, а також наявна емоційна взаємодія персонажа з оточенням, що чітко розкриває жанр пригодницької історії. Озвучення подано через закадровий голос, тексту на екрані немає — вся інформація передається візуально через динаміку та образи. Графіка поєднує 2D і 3D, причому в кінці трейлера з’являється обкладинка книги та сайт, де її можна замовити.

Візуальний та звуковий ряд добре синхронізовані, а персонаж активний і живий. Стилістично графіка не перевантажена деталями чи текстурами. Колірна гама базується переважно на синіх тонах, що підкреслюють пригодницький настрій. Анімація виконана в техніці 2D покадрової анімації, ймовірно, за допомогою Adobe Photoshop. Трейлер має структуру з зав’язкою та кульмінацією, чітко передає суть книги і виглядає як тизер до повноцінного мультфільму. Це робить його цінним аналогом для нашого дипломного проєкту.

1.5. Буктрейлер «Тигролови» до твору Івана Багряного

Буктрейлер “Тигролови”[5] Івана Багряного, створений Ріною Борсук у Львові у 2023 році (іл.1.5). Трейлер вирізняється графічною стилізацією, побудованою на простих формах, плямах і лініях. Композиція здебільшого статична та симетрична, але завдяки ефекту паралаксу та масштабуванню досягається враження глибини та об’ємності, що нагадує паперову перекладну анімацію. Графіка плоска, з зернистою фактурою та чітким чорним контуром. Часто використовуються ефекти прозорості та масштабування, що плавно поєднують плани між собою. Відеоряд статичний — рухи в кадрах плавні й

[4] https://www.behance.net/gallery/36397637/Will-Wilder-Book-Trailer
[5] https://www.behance.net/gallery/165225121/Trailer-for-book-Tygrolovy-by-Ivan-Bagryanyi

розтягнуті в часі, що підтримує емоційну напругу перегляду. Колірна гама контрастна, з домінуванням додаткових кольорів — червоного і зеленого, що посилює, напружений настрій, відповідний до тематики твору. Анімація мінімалістична, однак створює відчуття багатоплановості та руху. Графіка проста, але запам’ятовується завдяки чіткому стилю. В кадрах практично відсутні дрібні деталі — фокус тримається на сильному образі. Звукове рішення поєднує музику та закадровий голос, які змінюються між собою, доповнюючи атмосферу тривоги й напруги. Поєднання всіх графічних та анімаційних засобів змушує зануритись в зміст анімації, а також робить анімацію впізнаваною на фоні аналогів, але в сучасному світі медіапростору відсутність динамічності в роликах, які призначені для промоції має ризик захопити мало уваги одразу. Цінність трейлера — у виразності через мінімальні засоби: простота графіки, паралакс, насичені кольори та чітке відчуття простору. Він створює сильне емоційне враження та глибоко передає дух твору.

1.6. Трейлер до мультфільму “Encanto”

Трейлер до “Encanto”[6] — був створений студією Walt Disney Studios Philippines у 2021 році (іл.1.6). Структура трейлеру: спочатку глядач знайомиться з усіма персонажами родини, їх унікальними здібностями, та загальною атмосферою дому, наповненого магією. Лише після цього починається розвиток проблеми — магія починає зникати, і саме головна героїня, яка єдина не має дару, стає центральною фігурою у вирішенні проблеми. Колірна гама — яскравий прийом, який тут використовується для створення емоційних акцентів. Вона змінюється залежно від сцени:

— насичені, теплі кольори (жовтий, рожевий, бірюзовий, зелений) у сценах щастя та родинного затишку;

— темні, холодні відтінки — в сценах загрози, суму, напруги.

[6] https://youtu.be/aUts14xyjHg?si=wHuW2eoxWeT5Js-X

Це чергування кольору допомагає глядачеві чітко відчувати зміну настроїв.

Діалоги між персонажами також грають велику роль — вони не просто пояснюють сюжет, а допомагають будувати емоційні зв’язки між героями. Через короткі, яскраві фрази ми розуміємо характери кожного члена родини. Цікавим для нашого проєкту є динамічний монтаж з різноплановими кадрами — від крупних плані до загальних видових сцен, діалоги між персонажами, колірна гама, емоційність героїв, що дозволяє проникнутись героєм вже при перегляді трейлеру.

1.7. Трейлер до фільму “The Hobbit”

Трейлер до фільму “The Hobbit”[7] 2012 року від компанії Warner Bros. UK & Ireland (іл.1.7) демонструє кінематографічний підхід до візуального оповідання у фентезі-жанрі. Відео вирізняється динамікою не лише завдяки подіям, а й завдяки руху самої камери — вона ковзає, наближається, облітає сцени, створюючи відчуття присутності та глибини простору. Композиція кадрів різноманітна: є як великі загальні плани, що показують епічний масштаб, так і детальні крупні плани персонажів, які дозволяють вловити емоції. Використовується правило третин, асиметрія, гра світла та тіні, що робить кожен кадр візуально насиченим.

Колірна гама змінюється залежно від настрою сцени: темні, насичені тони передають загрозу або напругу, тоді як тепліші або світліші сцени використовуються у спокійніші моменти. Персонажі взаємодіють між собою через прямі діалоги, що дає змогу глибше зануритися в сюжет. Музика підтримує атмосферу, але не домінує, а закадрового голосу немає — історія розкривається крізь дію та розмови. Усе це створює відчуття цілісного, існуючого світу. Для нашого проєкту цікавий вигляд фантазійних персонажів. Вони виглядають як і люди, але з невеликими відмінностями- це досить

[7] https://www.youtube.com/watch?v=FaEjOORR6nY&ab_channel=WarnerBros.UK%26Ireland

органічно. А також цінним для нашого проєкту є приклад композиції кадрів, архітектура та рух камери.

1.8. Різдвяна іграшка «Гаррі Поттер Грінготтс Wizarding Bank»

Магазин — Hallmark Keepsake, 2017 рік. «Гаррі Поттер Грінготтс Wizarding Bank»[8] — це іграшка відомого будинку з всесвіту Harry Potter, а саме банку Ґрінґотс із драконом на даху (іл.1.8). Ідея формоутворення іграшки полягає в тому, щоб через архітектуру передати відчуття магічного світу, у якому існує ця будівля. Магічний характер підкреслюється легкою деформацією форм: неокласичні елементи архітектури виглядають перекошеними. Колони верхнього поверху нахилені в різні боки, а вікна ніби встановлені криво — чи то через час, чи через вплив надприродних сил. Фантастичний настрій доповнюється ще одним важливим елементом — драконом, який сидить на куполі банку. Він ненав’язливо натякає на присутність магії, але не відволікає увагу від головного героя композиції — самої будівлі банку. Дракон виступає як другорядний елемент, тоді як центр уваги зосереджений на фасаді головного входу. Вхід у банк підкреслений симетрично розташованими ліхтарями з обох боків, що надає композиції урочистості й балансу. Усі три поверхи будівлі мають узгоджену структуру: повторюються вікна прямокутної форми, їхня кількість та розмір залишаються незмінними. Також зберігається ритміка колон і фасадів балконів на двох верхніх поверхах. Розміри всіх архітектурних елементів виглядають гармонійно й створюють цілісне враження. Композиція зображення має динаміку завдяки легкому викривленню ліній та нахилам, що створює відчуття руху, ніби будівля сама живе в цьому чарівному середовищі. Колористика витримана у нюансних світлих тонах: білий, бежевий та сірий переважають, надаючи відчуття легкості й старовинної елегантності. Червонуватий дракон на даху додає теплий акцент у загальну гаму. Особливої виразності додають різні фактури об’єктів: шкіряна текстура дракона контрастує з поверхнею

[8] https://www.pinterest.com/pin/700239442100930832/

будівлі — стіни будівлі вкриті старою штукатуркою, місцями злегка потертою, що натякає на поважний вік споруди, лаковані золоті написи виблискують на фасаді, скляні ліхтарі та вікна вловлюють світло, а металеві ґрати на дверях і вікнах додають відчуття строгості. Для нашого проєкту цікава ідея стилізації будівлі в місті.

1.9. Ілюстрація “library”

На платформі пінтерест ми зустріли ілюстрацію “library” (іл.1.9). Це зображення — неймовірно атмосферна й емоційно насичена сцена, яка викликає асоціації з магічною бібліотекою з фантастичного світу. Кадр побудований у строгій центральній симетрії — погляд глядача ніби "втягується" вгору, у нескінченну глибину полиць, що оточують простір по колу. Вертикальна перспектива йде до яскравої точки — джерела світла вгорі, що створює відчуття просвітлення, натхнення або якогось вищого знання. Це візуальна метафора — знання як світло, що сходить згори. Освітлення — головний герой цієї сцени. Воно тепле, майже золоте, створює ефект сяйва, яке розливається по всій бібліотеці. Такий прийом додає чарівності, сакральності, враження, що місце — не просто сховище книг, а щось священне. Світло «падає» зверху, іскриться пилом або магічними частинками — це додає сцені динаміки й життя. Колірна палітра витримана в теплих коричнево-золотистих відтінках, що символізують стабільність, знання, спадщину. Вона затишна, але в поєднанні з глибиною простору — велична. Кругла структура сцени підсилює відчуття безмежності та циклічності знання. Висота полиць і кількість рівнів передає масштаб — ми ніби потрапили в архів світової мудрості. Це зображення викликає трепет і захоплення. Глядач сам стає частиною цієї історії, просто заглянувши всередину. Саме це нам і важливо в цьому аналогу.

1.10. Візуалізація «Будинок»

На платформі пінтерест ми зустріли візуалізацію «Будинок» (іл. 1.10). Вона зображає будівлю, що займає центральну частину кадру. Ідея ілюстрації полягає у створенні образу дому середньовіччя, який знаходиться в якомусь

магічному, навіть фантастичному місці. Кольори гарно передають атмосферу та задумку, створюючи відчуття таємничості і загадковості.

Композиція має сильну вертикаль, що підкреслюється вежоподібною основою будівлі, дахами та величезним місяцем на фоні. Незважаючи на асиметричні форми будівлі, композиція залишає враження збалансованості завдяки контрасту великих мас. Кам’яна вежа внизу забезпечує стабільність, тоді як місяць, що займає верхню частину кадру, врівноважує всю композицію, надаючи їй повноти. Ілюстрація побудована на трьох планах: передньому, з деталями архітектури, середньому, з будівлею, і задньому, де розташовані хмарочосоподібні башти, що туманно зливаються з небом.

Світло ззаду, яке підсвічує дах будівлі, створює виразні силуети та відокремлює її від фону. Жовте світло, що ллється з вікон, у поєднанні з синім місяцем, працює на контрасті, посилюючи відчуття затишку будинку в холодному просторі. Форми будівлі динамічні, з вигинами та безліччю кутів, що надає їй живого вигляду. Текстури матеріалів, таких як дерево, камінь і черепиця, надають реалістичності, але без зайвого фото реалізму, зберігаючи стильову єдність. Рівень деталізації оптимальний, що дозволяє розглянути елементи, як-от бочки, драбини та фактури, без перевантаження композиції. В даному аналогу цікава нам архітектура та стилізація.

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ

Буктрейлер до книги «Хранителі Корони» Тати Лінту — це буктрейлер створений в комбінованій техніці 2D анімації. Події відбуваються в різноманітних локаціях: в лісі, в домі, в потязі, в університеті, в банку. Головні герої — темний ельф Фенікс та чарівниця, майстер води Ерін Терас. Вони стикаються з різноманітними випробуваннями, де на кін стоїть їхнє життя. Кожен з них має свою мету йти пліч опліч. Вони вчяться один у одного, ідучи разом.

2.1. Концепція роботи та структура буктрейлеру

Ідея буктрейлеру полягає в тому, щоб передати атмосферу книги не лише за допомогою фентезійного антуражу, а через емоції та внутрішній світ персонажів. Ми хочемо, щоб глядач відчував себе безпосереднім учасником подій, а не стороннім спостерігачем. Для цього ми використали діалоги, динамічний монтаж, різні ракурси та композиційні рішення, які створюватимуть ефект присутності в кадрі. Наша мета — викликати у глядача емоційний відгук, зацікавити його не магічними спецефектами, а людяністю героїв, їхніми внутрішніми переживаннями. У центрі історії — не глобальне спасіння світу, а боротьба персонажів за своїх близьких, їхні моральні вибори, зради, сумніви, співчуття та пошук підтримки. Саме ці елементи ми вважаемо ключовими у книзі. Фентезі є лише обгорткою, яка переносить у інший світ, але справжня суть цієї історії — це моральні дилеми, внутрішні пошуки та емоційний шлях персонажів.

2.2. Стилістична концепція буктрейлеру

Ми обрали стилізований художній підхід зі спрощеними формами та приглушеною деталізацією. Така стилістика дозволяє швидко зчитувати

наратив і зосереджуватись на ключових елементах сцени. Основний акцент зроблено на силуетах, локальному кольорі та атмосферному освітленні. Поверхні об'єктів мають умовну обробку: деякі — з м’якими градієнтами, інші — з мінімальними текстурними акцентами. Такий підхід забезпечує візуальну цілісність, зберігаючи при цьому казкову, трохи театральну естетику. Локації середньо деталізовані, а персонажі спрощені, для легшого сприйняття та оптимізації процесу. Колірна гама ролика переважно тепла, щоб підкреслити оптимізм та надію, які пронизує сюжет. Водночас при зміні настрою сцени (перехід від спокою до конфлікту) відтінки поступово охолоджуються та стають темніші. Різноманітні ракурси у межах однієї сцени, допомагають зберегти динаміку: зміна планів, рух камери впритул до героїв і переходи акцентують увагу на важливих моментах. А варіативність образів головної героїні в різних локаціях ілюструє часові проміжки та розвиток її шляху. Такий художній стиль дозволить поєднати емоційну глибину персонажів із швидким темпом подачі.

2.3. Технічні характеристики та особливості.

Буктрейлер виконано у форматі Full HD (1920x1080).

Тривалість трейлеру — 90 секунд.

Використовувалися програми After Effects для створення анімації та монтажу, Procreate — для створення графіки локацій, персонажів.

2.4. Звукове рішення.

Для трейлеру вибрана пригодницька фантазійна музика з елементами оркестрових інструментів і електроніки, що додає атмосферності, драматична музика в сценах де потрібно підкреслити напругу події. Звукові ефекти дають зрозуміти де знаходяться герої та сфокусуватись на сцені після приглушення фонової музики. Діалоги озвучені за допомогою нейромереж.

2.5 Аналіз цільової аудиторії.

Проведене опитування дозволило сформувати уявлення про потенційну аудиторію буктрейлера до роману Тату Лінту «Хранителі корони», її вподобання, читацькі звички та ставлення до формату відеоанонсів. Кількість опитанних — 109 чоловік.

Переважна більшість респондентів — молоді люди віком від 18 до 24 років (100%), що свідчить про фокус проєкту на молодіжну аудиторію, яка є найбільш активною в цифровому просторі та чутливою до візуального контенту (іл. 4.1). Серед опитаних домінують жінки — 93,8% (іл. 4.2). Це дозволяє припустити, що візуальні та наративні акценти трейлера мають бути орієнтовані на жіночу аудиторію, наприклад, через емоційне наповнення, персонажів або тематику. Ставлення до читання серед опитаних помірно позитивне: 43,8% читають активно, а ще 50% — час від часу, тоді як лише 6,3% вказали, що не люблять читати книги (іл. 4.3). Це свідчить про те, що цільова аудиторія є потенційно зацікавленою у книжковому контенті, особливо якщо він супроводжується додатковими засобами зацікавлення, зокрема візуальними. Крім того, результати опитування показали, що ставлення до читання сучасних українських авторів є досить стриманим, але потенційно відкритим. Лише 31,3% респондентів зазначили, що читають такі книги, ще 37,5% — іноді, а 31,3% взагалі не читають. Варіант «часто» не обрав ніхто, що свідчить про недостатню активність у цьому напрямі (іл. 4.5). Водночас це вказує на можливість зацікавити аудиторію новими українськими творами за допомогою сучасних форматів подачі, таких як буктрейлер, який може стати першою точкою дотику з автором Цікаво, що попри те, що 37,5% ніколи не переглядали буктрейлери, ще стільки ж — переглядають їх іноді, а 31,3% — знайомі з цим форматом (іл. 4.4). Це демонструє, що формат буктрейлера поки що маловідомий для широкої аудиторії, однак має потенціал для зростання. Найбільше зацікавлення до книги викликає опис сюжету (68,8%) і рекомендації (62,5%). Важливо, що 50% респондентів зважають на

обкладинку, а 31,3% відзначили, що саме буктрейлер або відеоанонс можуть стати тригером до прочитання (іл. 4.6). Таким чином, буктрейлер може стати ефективним інструментом для представлення як сюжету, так і візуальної складової, що має значення для значної частини аудиторії. На запитання про те, чи зацікавила б добре зроблений буктрейлер до невідомої книги, 75% відповіли ствердно, ще 18,8% — можливо, і лише 6,3% відповіли негативно (іл. 4.7). Це підтверджує високий потенціал буктрейлера як засобу привернення уваги до книги, навіть якщо ім’я автора або назва поки не є відомими широкому загалу. Окрему увагу варто приділити голосу диктора: 75% вважають його дуже важливим для сприйняття трейлера, тоді як решта 25% або не надають йому великого значення, або вважають малозначущим (іл. 4.8). Отже, якісний звук і виразна озвучка є важливим елементом емоційного впливу на глядача. Більшість респондентів — 75% — погоджуються з тим, що буктрейлер є ефективним способом популяризації читання серед молоді, ще 25% вважають його частково ефективним, і ніхто не заперечує доцільності такого підходу (іл. 4.9). Це створює сприятливе середовище для реалізації проєкту та його подальшого просування серед читацької аудиторії. Нарешті, більшість опитаних (68,8%) вважають буктрейлери сучасним і зручним форматом у цифровому просторі, тоді як 31,3% визнають його доречним, але не для всіх книг. Негативної оцінки не висловлено жодним із респондентів (іл.4.10). Це ще раз підкреслює актуальність формату відеоанонсу в контексті сучасної медіакультури.

Отримані результати демонструють, що цільова аудиторія буктрейлера до книги «Хранителі корони» — це переважно молоді жінки віком 18–24 років, які вже мають інтерес до читання або відкриті до нього за умови правильної подачі. Буктрейлер має потенціал стати ефективним засобом залучення, особливо за рахунок візуальної складової, сюжетної інтриги та якісного звукового супроводу. Це створює міцну основу для реалізації буктрейлера як інструменту популяризації твору Тату Лінту.

ВИСНОВКИ

Буктрейлер набув популярності завдяки зростанню ролі візуального контенту. Він поєднує рекламу, сторітелінг, кіно та графічний дизайн, що робить його потужним засобом медіа-комунікації. Теоретичні дослідження підкреслюють важливість аудіовізуальної драматургії, символіки, ритму монтажу та музичного супроводу, що забезпечує емоційний вплив на глядача. Відсутність усталених стандартів дає авторам свободу експериментувати та поєднувати художній підхід із маркетинговими задачами.

Аналіз аналогів допоміг сформувати авторське бачення буктрейлера, адаптованого до української літератури. Вивчення стилістичних і композиційних рішень дозволило визначити доцільність використання по кадрової анімації, зміни планів, роботи з діалогами та кінематографічного кадрування. Приклади зарубіжних та українських буктрейлерів продемонстрували, як мінімалізм у тексті, колористика, монтаж та символи можуть підсилювати емоційне сприйняття глядача.

Результати дослідження дали змогу розробити концепцію авторського буктрейлера, що поєднує естетичні, технічні та емоційні складові. Було створено сценарну структуру з акцентом на діалоги персонажів, розроблено 2D анімацію, підібрано музичний супровід, що підкреслює драматизм сцен, та визначено стильове оформлення у жанрі фентезі. Проєкт не лише передає зміст книги, а й транслює її атмосферу, внутрішні конфлікти героїв, створюючи зацікавленість у читачів.

Практична значимість дослідження полягає у створенні мультимедійного продукту, який сприяє популяризації української літератури. Буктрейлер допомагає подолати бар’єр між традиційним текстом і сучасним візуальним контентом, що особливо важливо для молодої авдиторії. Таким чином, буктрейлер є не просто маркетинговим інструментом, а художньою формою, що поєднує візуальне мистецтво, звук, анімацію та емоційний наратив.

ЛІТЕРАТУРА

1. Naseri Z., Noruzi A. The effect of digital age on youth reading habits and practices // Research on Information Science and Public Libraries. 2016. URL:https://www.researchgate.net/profile/Alireza-Noruzi/publication/331821856_The_Effect_of_Digital_Age_on_Youth_Reading_Habits_and_Practices/links/5c8e2f0a45851564fae32f0e/The-Effect-of-Digital-Age-on-Youth-Reading-Habits-and-Practices.pdf (дата звернення: 20.04.2025.)

2. Clark C., Teravainen-Goff A. Children and Young People's Reading in 2019: Findings from Our Annual Literacy Survey. National Literacy Trust Research Report. 2020.
URL:https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED607777.pdf (дата звернення: 20.04.2025.)

3. Sizova K., Alekseenko N., Khmil-Chupryna V. Book Trailer Peculiarities: Ukrainian and World Experience // State and Regions. Series: Social Communications. 2020.

URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/699 (дата звернення: 23.04.2025.)

4. Polishko N. Booktrailer as a Promotion Form and Publishing Strategy // State and Regions. Series: Social Communications. 2020.

URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/587 (дата звернення: 24.04.2025.)

5. Simões D., Costa R. Book trailers and storytelling in the art of persuading the consumer. 2020.
URL: https://aisel.aisnet.org/capsi2020/38/ (дата звернення: 26.04.2025.)

6. Voigt K. Becoming trivial: The book trailer // Culture Unbound. 2013.
URL: https://journal.ep.liu.se/CU/article/view/2085 (дата звернення: 26.04.2025.)

7. Basaraba N. Creating persuasive book trailers as a new media marketing tool // Logos. 2016.
URL: https://brill.com/view/journals/logo/27/3/article-p34_6.xml (дата звернення: 27.04.2025.)

8. Basaraba N. The rhetoric of transmedia storytelling in book trailers published on YouTube. 2015. URL:https://era.library.ualberta.ca/items/8068d59b-e076-4cc4-9bfa-6e1af303e966/download/75fb863b-8bf7-4239-a564-8da13602cd46 (дата звернення: 27.04.2025.)

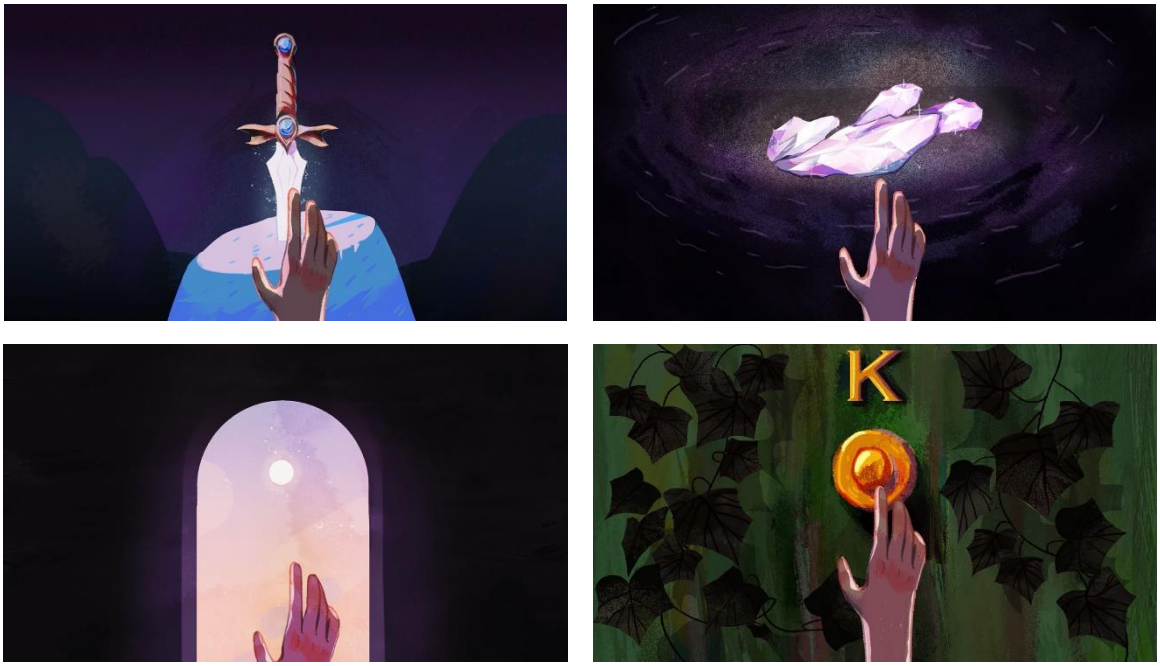
9. Bilushchak T., Kolos S. Functioning of book trailers in the development of literary tourism popularization in the context of hashtag analysis // Turystyka i Rozwój Regionalny. 2020. URL:https://agro.icm.edu.pl/agro/element/bwmeta1.element.agro-ee163050-9fa8-47b8-8ac5-08ac39fdb7dd (дата звернення: 27.04.2025.)

10. Manzyk O. BUKTOK AS A PR TOOL: CONTENT APPROACHES OF VIVAT PUBLISHING HOUSE // Baltic Journal of Legal and Social Sciences. 2025. URL: http://www.baltijapublishing.lv/index.php/bjlss/article/view/2773 (дата звернення: 27.04.2025.)

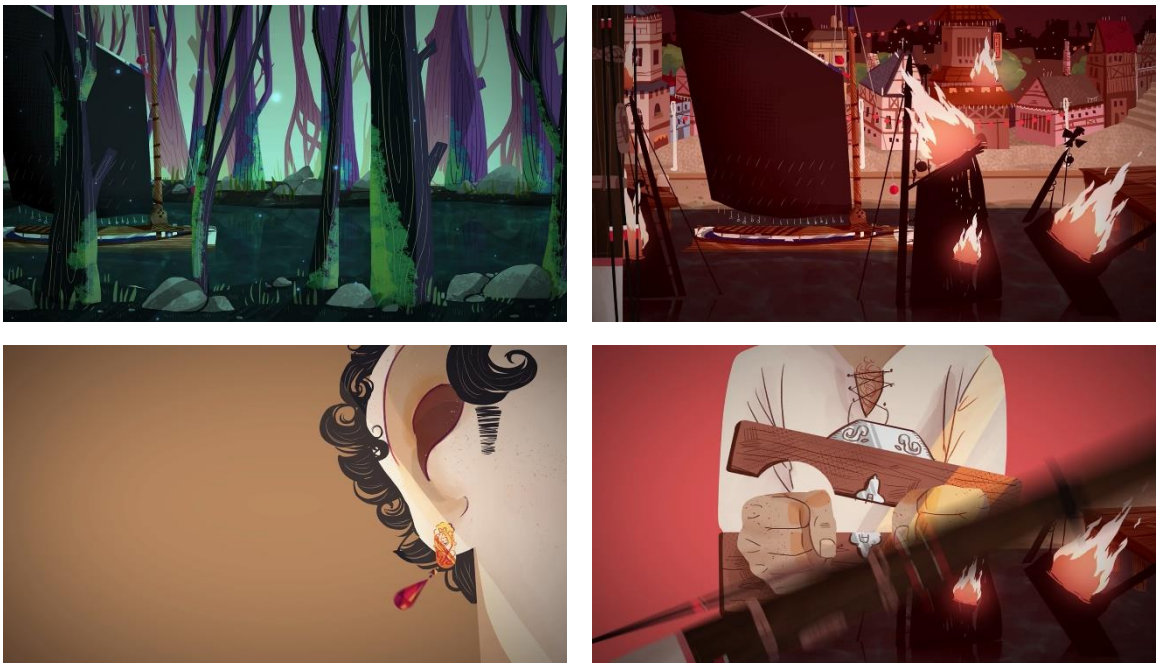
ДОДАТОК І. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ



Іл. 1.1. буктрейлеру до книги «Легенда про вільних» Каспшишак А.В., 2024р.



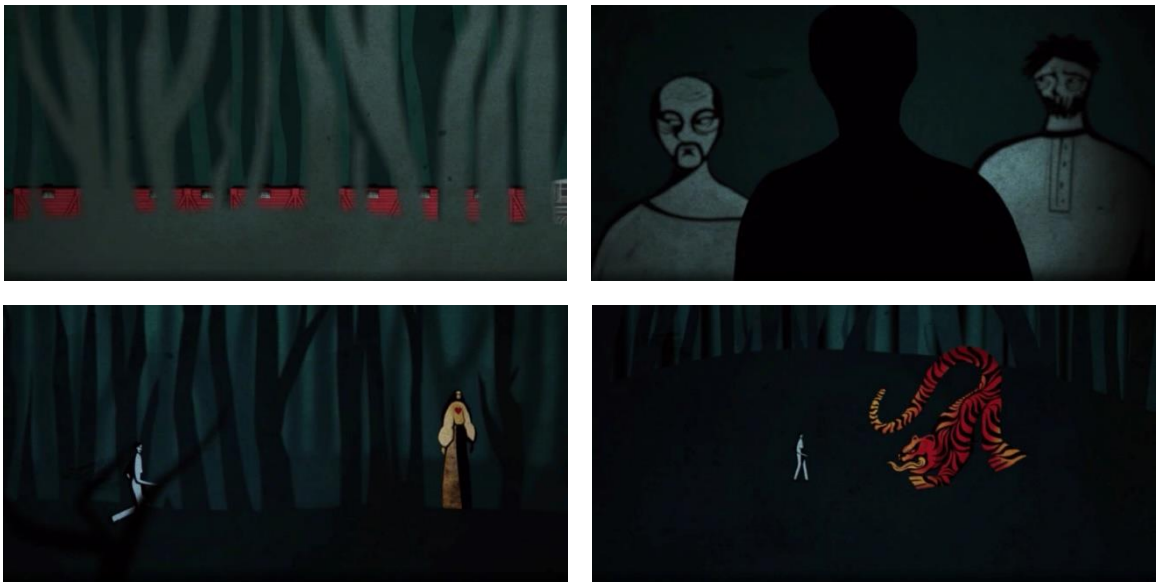
Іл. 1.2. буктрейлеру до книги “The Monster Who Wasn’t”, 2019 рік.



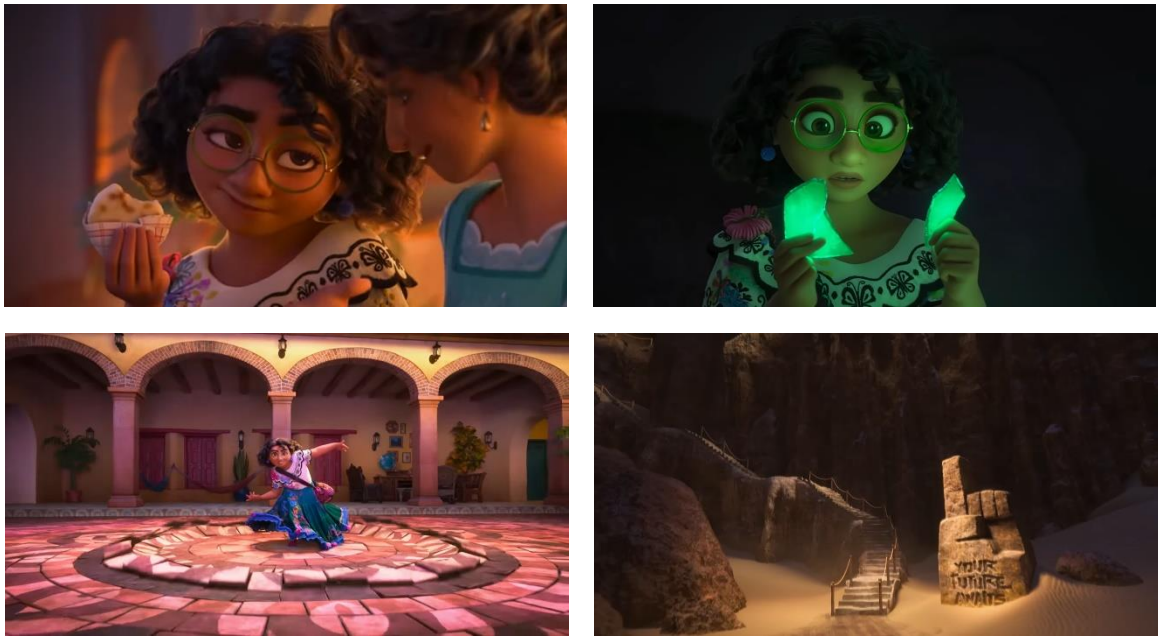
Іл. 1.3. буктрейлеру “Song of the Current”, 2017 рік.



Іл. 1.4. буктрейлеру “Will Wilder”, 2016 рік.



Іл. 1.5. буктрейлеру «Тигролови» до твору Івана Багряного, 2023 рік.



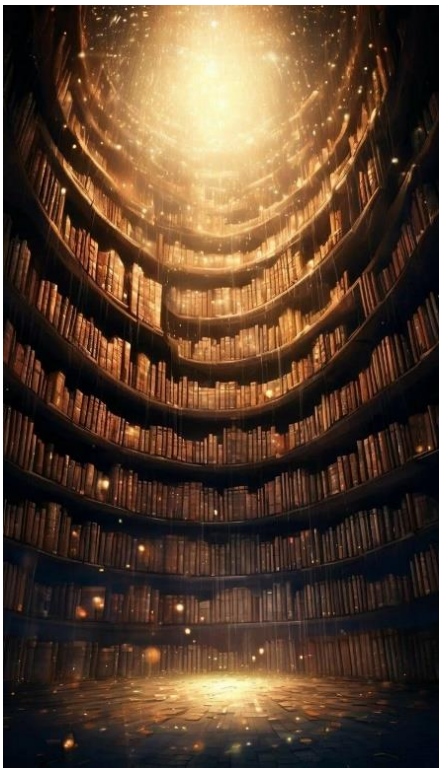
Іл. 1.6. трейлеру до мультфільму “Encanto”, 2021 рік.



Іл. 1.7. буктрейлеру “The Hobbit”, 2012 рік.



Іл. 1.8. Фото різдвяної іграшки «Гаррі Поттер Грінготтс Wizarding Bank», 2017 рік.



Іл. 1.9. Ілюстрація “library”

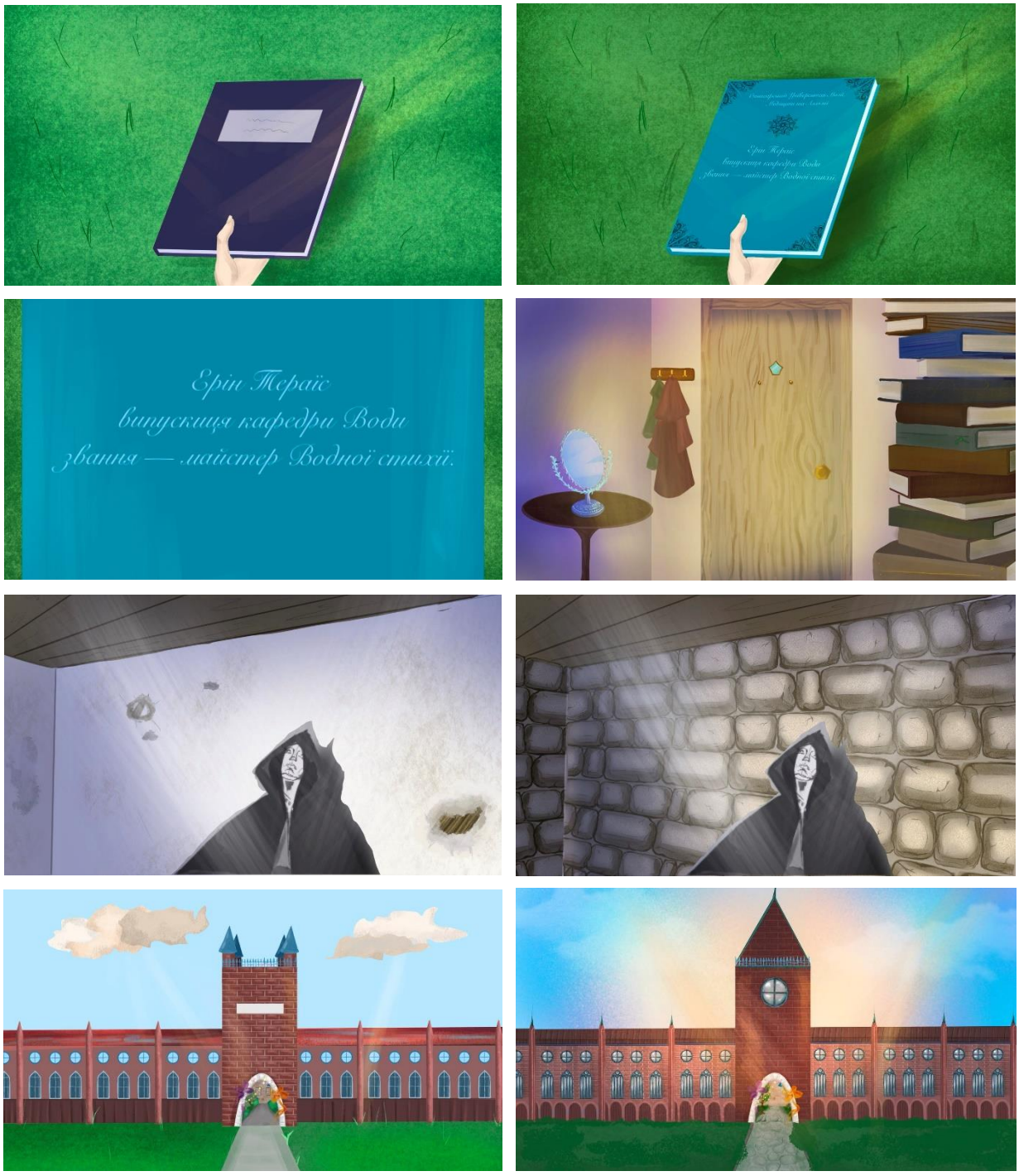


Іл. 1.10. Візуалізація «Будинок».

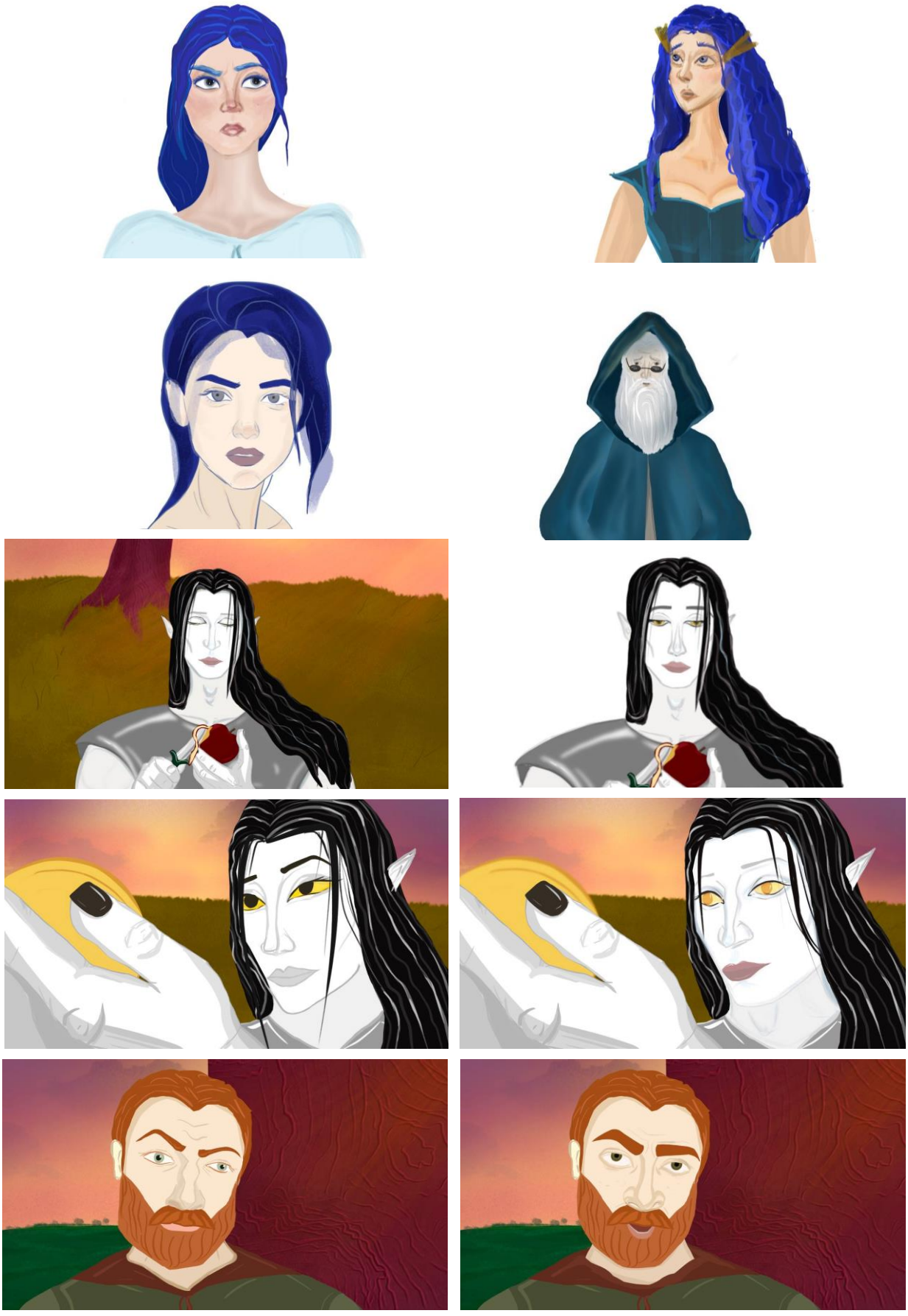
ДОДАТОК ІІ. ЕСКІЗНИЙ ПОШУК



Іл. 2.1. Пошукові ескізи стилістики



Іл. 2.2. Пошукові ескізи локацій



Іл. 2.3. Пошукові ескізи персонажів

ДОДАТОК ІІІ. СКЛАД ПРОЄКТУ



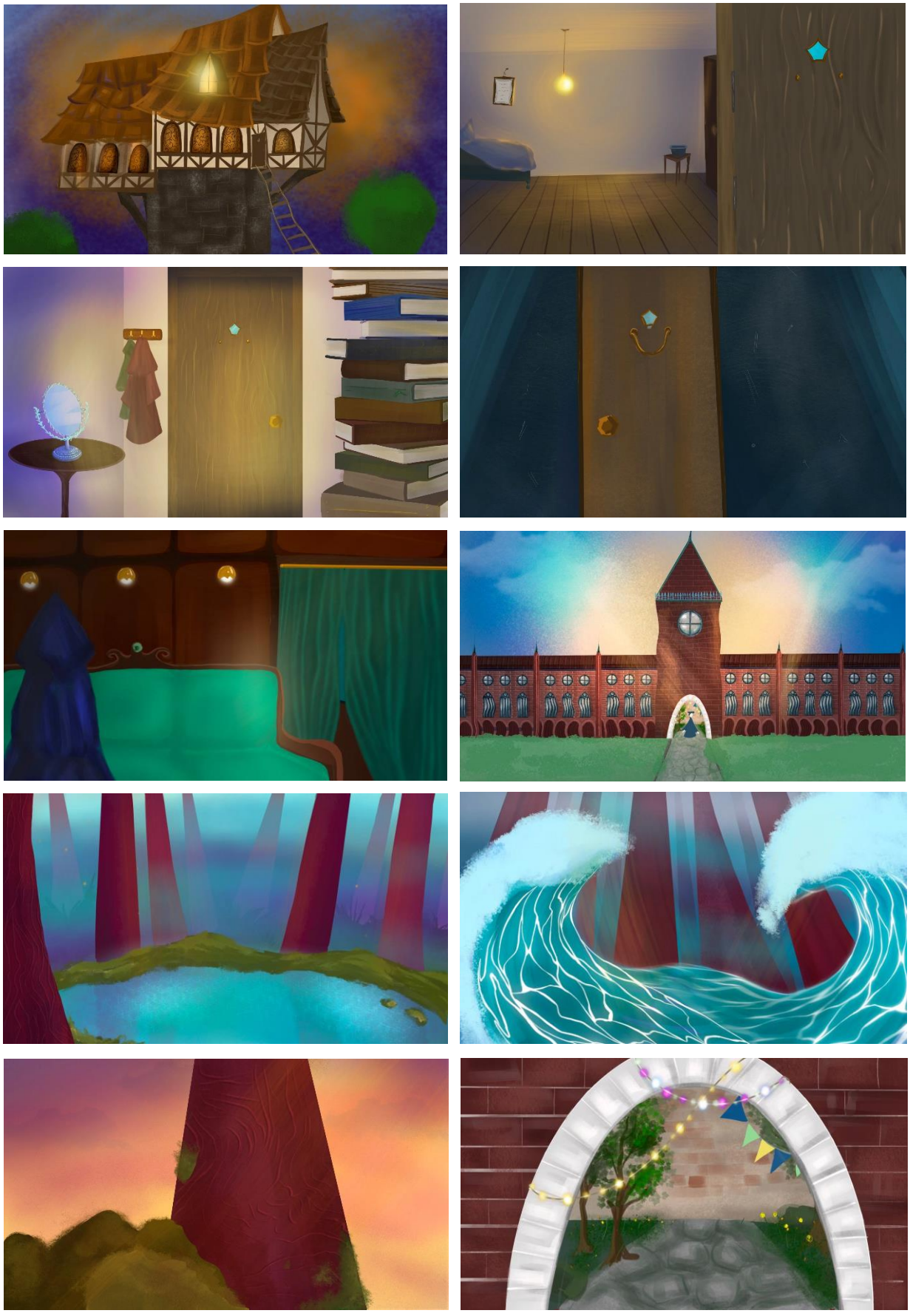
Іл. 3.1. Сторіборд, ч.1;2.



Іл. 3.2. Сторіборд, ч.3;4.



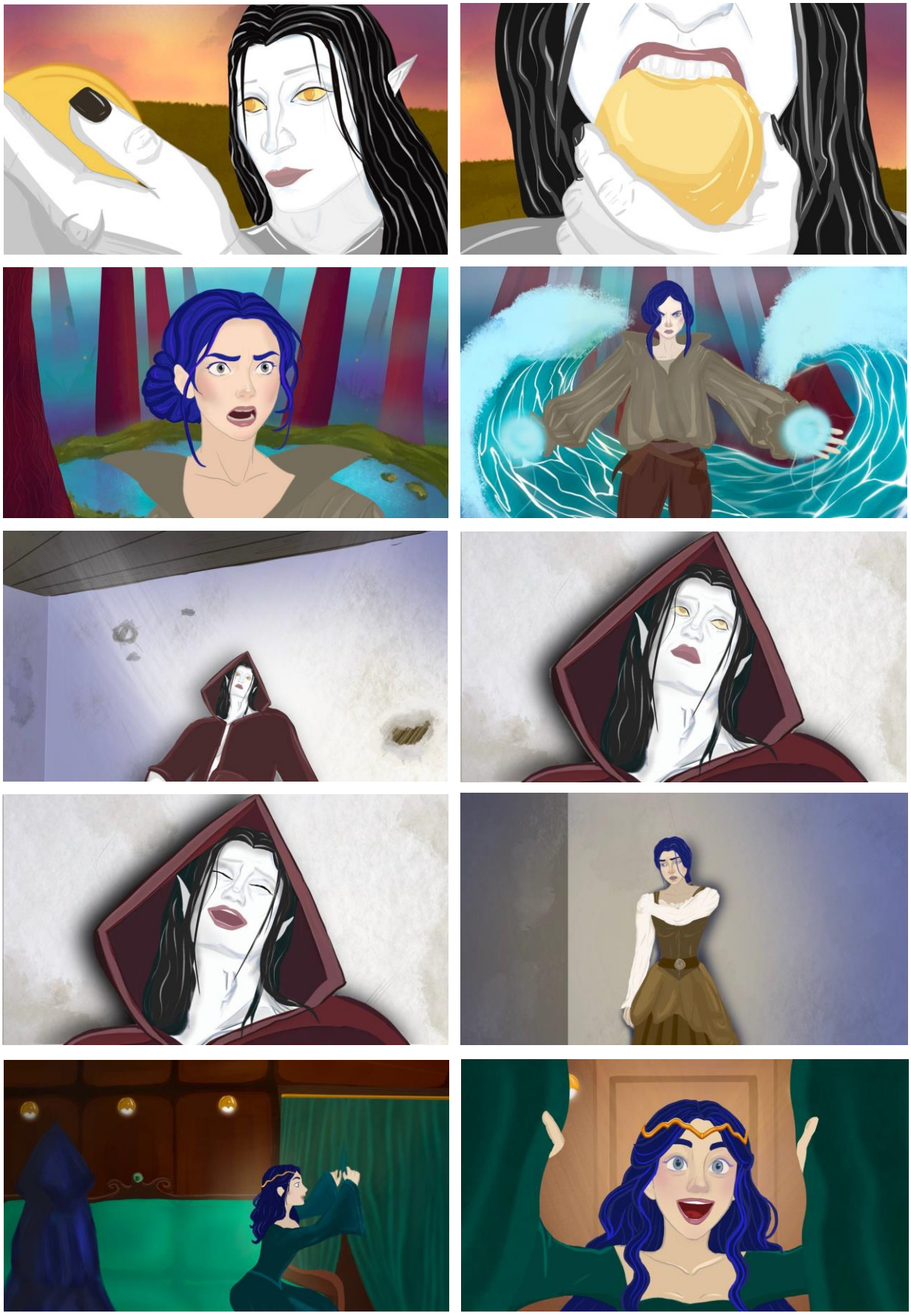
Іл. 3.3. Сторіборд, ч.5.



Іл. 3.4. Локації.



Іл. 3.5. Сцени до ролика, ч.1.

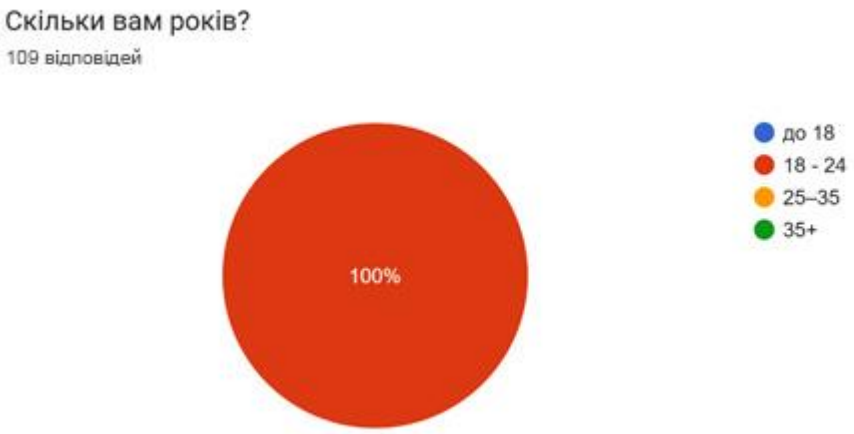


Іл. 3.6. Сцени до ролика, ч.2.

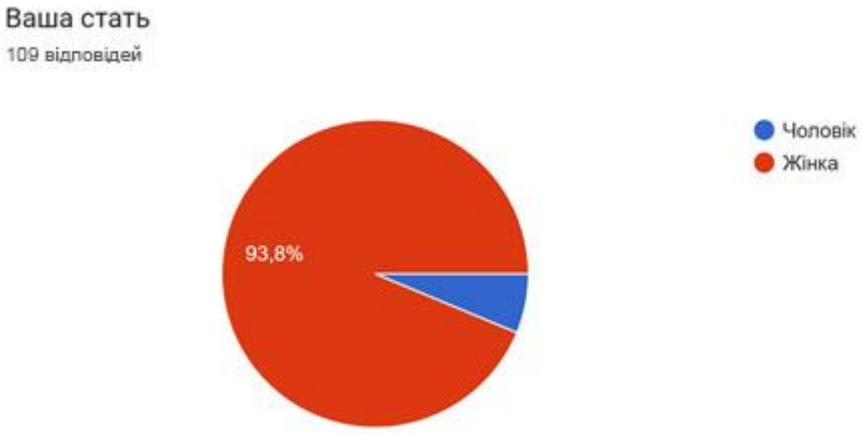


Іл. 3.7. Сцени до ролика, ч.3.

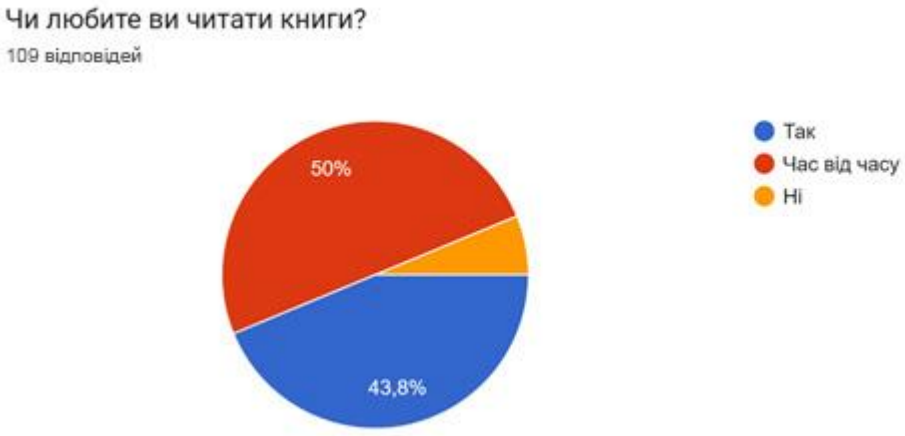
ДОДАТОК IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ



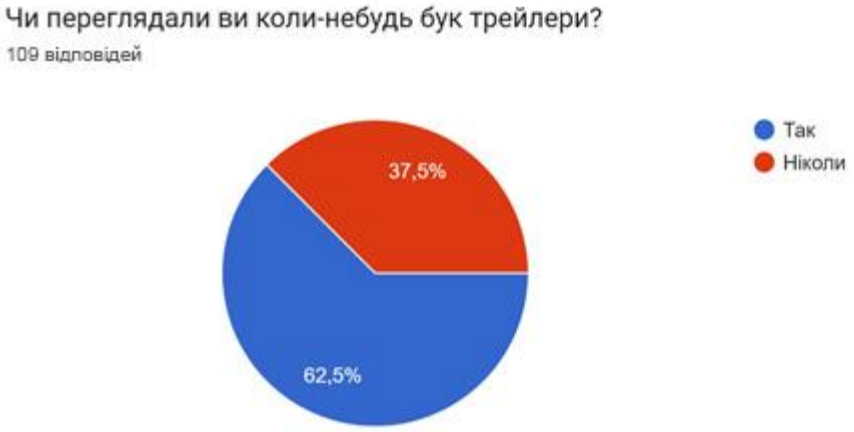
Іл. 4.1. Результати опитування.



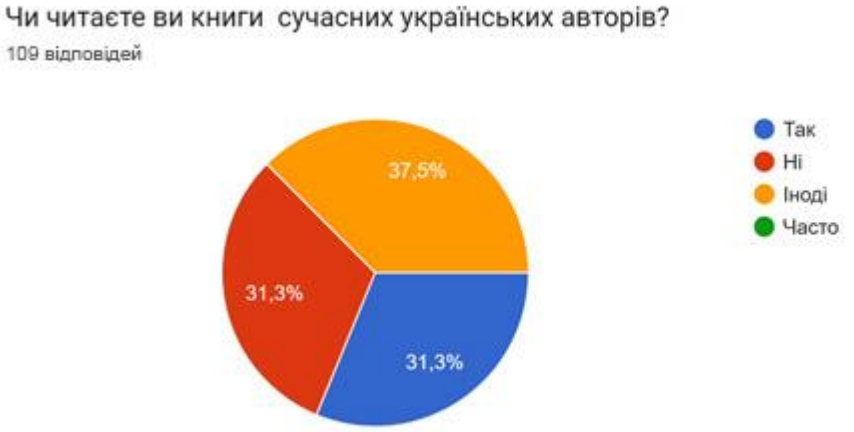
Іл. 4.2. Результати опитування.



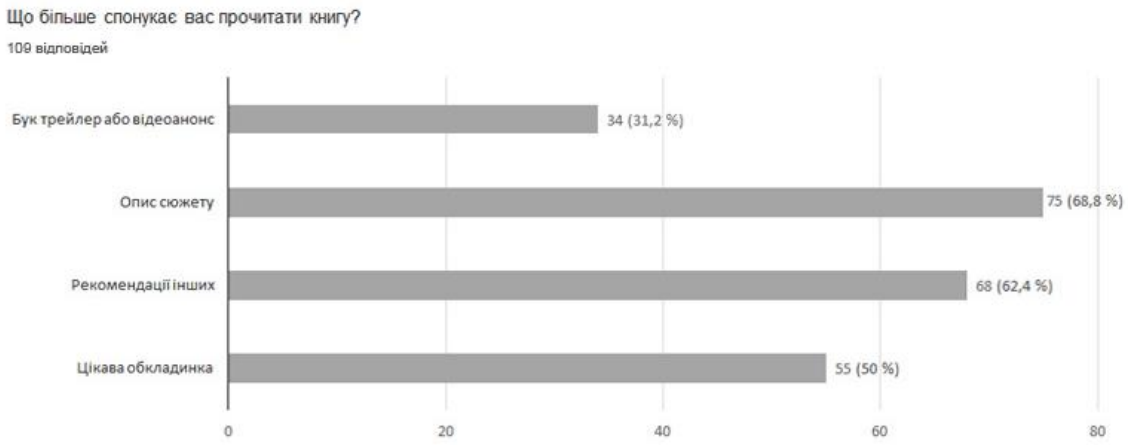
Іл. 4.3. Результати опитування.



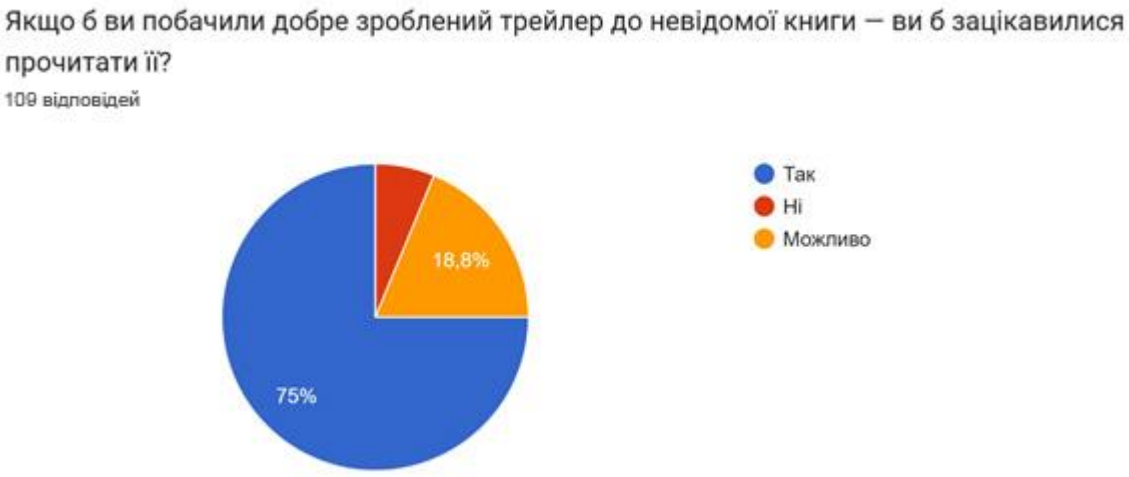
Іл. 4.4. Результати опитування.



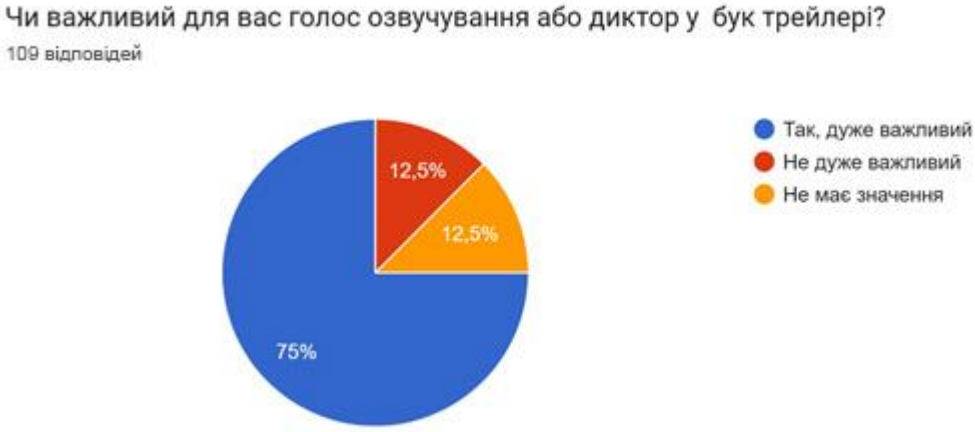
Іл. 4.5. Результати опитування.



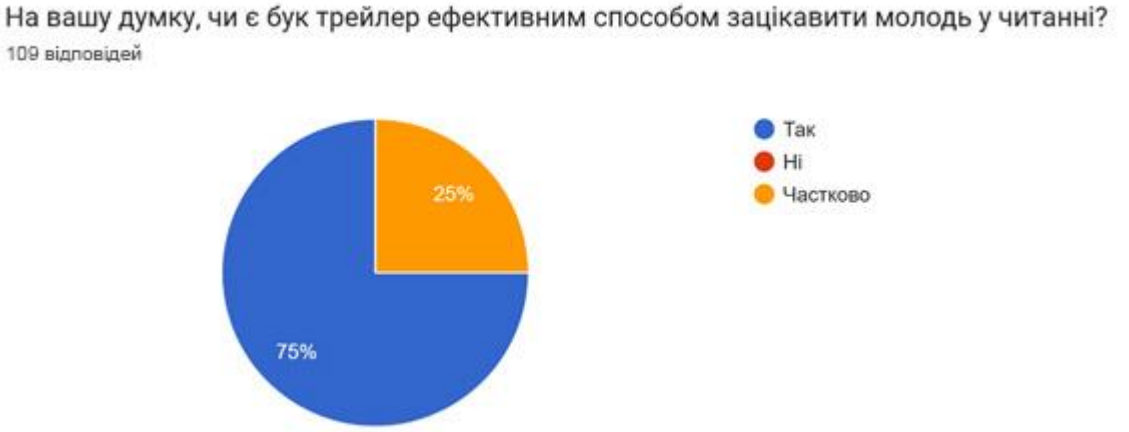
Іл. 4.6. Результати опитування.



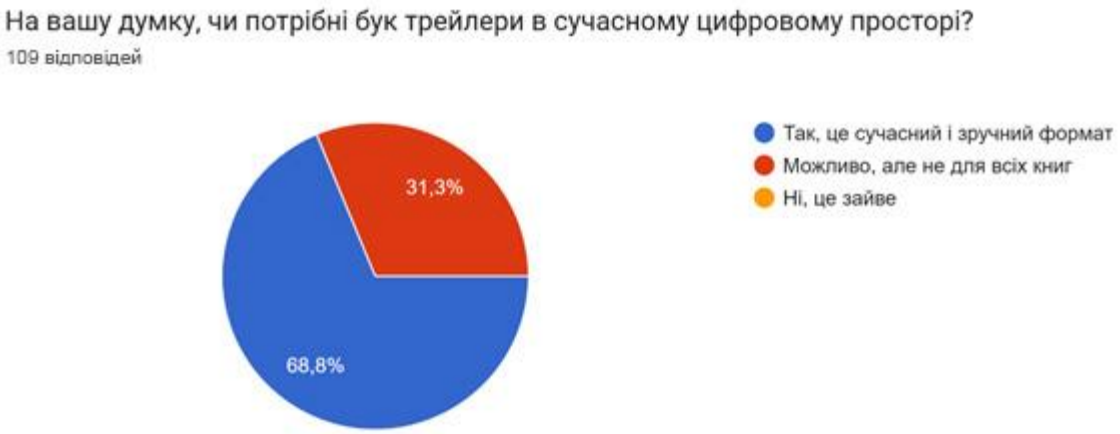
Іл. 4.7. Результати опитування.



Іл. 4.8. Результати опитування.



Іл. 4.9. Результати опитування.



Іл. 4.10. Результати опитування.