МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет «Дизайн»
Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Маломуж Валерія Олегівна

Буктрейлер «Дзеркало бажань» Юліта Ран

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.
_____ В. О. Маломуж

Керівник: Пегахіна Ганна Іллівна
старший викладач

Харків–2025

ЗМІСТ

ВСТУП 2
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ 5
1.1. Буктрейлер “Theschoolforgoodandevil” 5
1.2. Буктрейлер “Entirely Emmie” 6
1.3. Буктрейлер “Pax, Journeyhome” 7
1.4. Буктрейлер “PetetheCat: rockinginmyschoolshoes” 8
1.5. Анімаційний короткометражний фільм “Windows” 9
1.6. Анімаційний короткометражний фільм “Watermelongirl” 10
1.7. Анімаційний короткометражний фільм “SoftRain” 11
1.8. Анімаційний короткометражний фільм “Good karma” 11
1.9. Анімаційний короткометражний фільм “Cereal” 12
1.10. Анімаційний короткометражний фільм “Negative Space” 13
РОЗДІЛ 2. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ 15
2.1. Концепція роботи та структура буктрейлеру «Дзеркало бажань» 15
2.2. Стилістична концепція буктрейлеру «Дзеркало бажань» 15
2.3. Технічні характеристики та особливості 16
2.4. Звукове рішення 17
2.5. Цільова аудиторія 17
ВИСНОВКИ 19
ЛІТЕРАТУРА 21
ДОДАТОК І. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ 23
ДОДАТОК ІІ. ЕСКІЗНИЙ ПОШУК 29
ДОДАТОК ІІІ. СКЛАД ПРОЄКТУ 33
ДОДАТОК ІV. АНАЛІЗ ОПИТУВАННЯ 37

ВСТУП

У сучасному світі, де кожна секунда уваги – на вагу золота, діти скоріше оберуть динамічні мультфільми та відео, ніж книгу. Вони зростають у реальності, де візуальне домінує, а емоції подаються яскраво, голосно, миттєво. І саме тому, книжка вже не може конкурувати за увагу самотужки, їй потрібен новий спосіб комунікації. Одним із таких способів є буктрейлер – короткий відеоролик, що подає книгу як захопливу пригоду, ніби новий мультфільм чи кіноісторію [6, 10].

На перший погляд може здатися, що буктрейлери – це зовсім не новий спосіб реклами книг. І справді, їх існує чимало. Проте, проаналізувавши буктрейлери до дитячих книг за критеріями яскравості, анімаційної активності, емоційності, музичного та голосового супроводу, ми помітили одну тривожну тенденцію: більшість з них не викликає бажання додивитися їх до кінця. Зазвичай вони побудовані за принципом слайд-шоу, де статичні ілюстрації змінюють одна одну під супровід монотонного голосу, що розповідає сюжет. У таких відео відсутня динаміка, інтрига й емоційне залучення – саме те, що повинно зачепити глядача з перших секунд. Такий формат здається нудним дитині, яка вихована на анімованих серіалах, іграх і стрімкому темпі контенту [2, 3].

Сьогодні не вистачає просто запропонувати книжку, потрібно створити навколо неї атмосферу очікування, емоцій, інтриги. Буктрейлер здатен не лише привернути увагу, а й пробудити цікавість, яка підштовхне дитину самостійно відкрити першу сторінку. Отже, пошук нових форматів комунікації з дитячою аудиторією й обумовив *актуальність* обраної теми.

Анімований буктрейлер – формат візуального промо, який поєднує елементи кінематографу, комп'ютерної графіки та маркетингу. Згідно з дослідженням маркетингової платформи HubSpot, 91% маркетологів вважають, що відео можуть збільшити впізнаваність бренду на 70% [5]. Як зазначає редактор і автор Cheryl B. Klein, буктрейлери можуть бути ефективним

інструментом промоції, але їхній вплив на продажі книг залишається дискусійним [1]. Автор підкреслює, що найбільшу користь такі відео приносять у контексті загального маркетингового плану – як елемент залучення уваги, створення атмосфери навколо книги. Також це ідеальний формат для демонстрації у школі, де діти сприймають перегляд відео як приємну паузу, тож слідкують за екраном дуже уважно. Саме в цей момент трейлер має можливість максимально вплинути на дитину, зацікавити історією, викликати емоції та приємні спогади. Цілком можливо, що вдома, серед безлічі контенту, дитина просто проігнорувала б такий ролик.

Представники видавництва Albert Whitman & Company зазначають, що буктрейлери добре працюють як засіб першого враження. Це свідчить про те, що надзвичайно важливими є креативний підхід і якісний постпродакшн під час створення анімацій [4].

В українському медіа Chytomo також порушується тема ефективності буктрейлерів, де підкреслюється, що, хоча сам формат має потенціал, багато роликів страждають через недостатній професіоналізм, обмежений бюджет або відсутність чіткої концепції [9].

Мета дипломної роботи – створити буктрейлер до дитячого пригодницького роману Юліти Ран «Дзеркало бажань». Наше завдання – поєднати світ літератури зі світом цифрової анімації, показати, що книга – це теж історія, гідна яскравої екранізації. Особливо, якщо мова йде про юного глядача, для якого візуальна подача є ключем до зацікавлення.

Цільова аудиторія книги – діти 9–13 років, які вже самостійно починають обирати книжки відповідно до власних інтересів, а не просто читати загальновідомі дитячі твори. Саме в цьому віці формується читацький смак. Тому важливо, щоб перші книжки, які вони обрали, викликали захоплення, бо спогади про цей свідомий вибір залишається у них на все життя [8].

Новизна нашого проєкту полягає у використанні 3Dанімації як ефективного інструменту візуального маркетингу для просування дитячої книги. У роботі використано комплекс прийомів, спрямованих на залучення

уваги юного глядача, а саме динамічна подача сюжету, яскраві персонажі, емоційний музичний супровід, інтригуючий монтаж, а також спеціально розроблений візуальний стиль, орієнтований на дитячу аудиторію.

При створенні буктрейлеру ми дотримувалися принципів дитячого маркетингу, а саме: коротка тривалість відео, ритмічність, яскравість, знайомі архетипи героїв і виклик інтересу через сюжетну інтригу. Це дозволить не лише прорекламувати книгу, а й створити до неї позитивну емоційну прив’язаність – ключовий фактор формування у дітей читацького інтересу.

На нашу думку для кращого розуміння теми дипломної роботи треба додати визначення термінам:

Буктрейлер – короткий відеоролик за мотивами книги. Основне його завдання – яскраво й образно розповісти про книгу, зацікавити, заінтригувати читача, спонукати до читання.

3Dанімація – анімоване 3D-зображення, створене з послідовності тривимірних зображень, у якому моделюється рух об'єктів або їхніх частин.

2Dанімація– це процес анімації малюнків, створення ілюзії руху на плоскому двовимірному просторі.

Скульптинг – різновид комп'ютерного 3Dмоделювання об'єктів із віртуального матеріалу, що нагадує глину, шляхом його розтягування, стиснення, розгладжування та інших маніпуляцій. Він дозволяє створювати високополігональні тривимірні моделі із високим рівнем деталізації.

Текстурування – це процес додавання текстури до 3Dоб'єкта. Він включає створення текстур (з фотографії або самостійно від самого початку), застосування текстур до 3Dоб'єктів, освітлення сцени та додавання завершальних деталей.

Постпродакшн – це етап створення фільму чи відеоролика, у якому відбуваються остаточна обробка матеріалу та її перетворення на цілісний твір. Постпродакшн включає монтаж, звукове оформлення і різноманітні ефекти.

Рендеринг – це процес, під час якого комп'ютер генерує візуальний контент з даних моделей, текстур, освітлення та інших елементів сцени.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Для створення якісного дитячого буктрейлера, важливо дослідити сучасні приклади контенту, що поєднують яскраву візуальну стилістику, динаміку та емоційне занурення глядача в сюжет. Тому в цьому розділі було проаналізовано ряд аналогів, серед яких: буктрейлери, короткометражні анімаційні фільми, стоп-моушн фільми.

В якості аналогів ми обирали роботи, де використовуються техніки 3Dанімації, нефотореалістичне текстурування, виразний монтаж, ритмічний музичний супровід. Також приділялась увага таким стилістичним рішення як яскраві кольори, чарівні та казкові мотиви, типажні персонажі, характерні локації.

1.1. Буктрейлер "Theschoolforgoodandevil" – епічний буктрейлер, створений у 2013 році дизайнерами-аніматорами Менні Паладом (Manny Palad) і Майклом Бланк (Michael Blank) у форматі офіційного трейлера до платформи Shelf Stuff.[1] Відео створено за сюжетом фентезійного підліткового роману "The school for good and evil" письменника Сомана Чайнані (Soman Chainani). Трейлер поєднує кінематографічний монтаж, стилізовану анімацію та музичну драматургію, щоб створити інтригу навколо чарівного світу двох протилежних шкіл (іл.1.1).

Буктрейлер до "The School for Good and Evil" демонструє ефективну модель відеоподачі, що орієнтована не на буквальний переказ сюжету, а на формування емоційного залучення та атмосфери. Візуальна складова витримана у стилі сучасної фентезійної анімації з акцентом на символіку та контрастність. Світлі й темні кольори використовуються не як пряме позначення добра та зла, а як інструмент створення візуального конфлікту й інтриги. Анімація у трейлері викликає асоціації з ручною анімаційною технікою, що вирізняє ролик на фоні інших. Композиційні рішення побудовані навколо симетрії, віддзеркалення та взаємозв'язку, що візуально підтримує

[1] https://youtu.be/eqnU3ZqvL1k?si=ba3iZ1bq29nE8n1J

сюжетну ідею протиставлення шкіл Добра та Зла. Звуковий супровід відіграє роль у створенні напруги, бо музика побудована за принципом драматичного нарощування, синхронізована з монтажем і ключовими візуальними подіями. Озвучування та голос за кадром подаються у форматі класичного оповідного стилю, що наближає відео до структури кінотрейлера, а не лише рекламного ролика.

Цей буктрейлер привернув нашу увагу як приклад емоційно орієнтованої відеореклами, що апелює до уяви глядача. Він не розкриває сюжет повністю, а лише задає характер, атмосферу та ключові мотиви, стимулюючи інтерес до читання.

1.2. Буктрейлер "Entirely Emmie"– анімований буктрейлер до графічного роману "EntirelyEmmie", дев'ятої книги з серії "Emmie&Friends" авторки Террі Лібенсон (Terri Libenson).[2] Ролик було створено у 2025 році як офіційний промоційний матеріал для видавництва "Harper Collins" у межах платформи "Shelf Stuff" (іл.1.2).

З маркетингової точки зору, буктрейлер "Entirely Emmie" побудований відповідно до принципів ефективної комунікації з дитячою та підлітковою аудиторією. Візуальний стиль простий та знайомий, стилізований під комікс або щоденник, що особливо привабливо для молодших школярів. На білих фонах персонажі та об'єкти виділяються завдяки кольоровим акцентам, що дозволяє легко зчитувати сюжет і концентрувати увагу дитини на ключових моментах.

Кадри показують типові ситуації з життя школярів, такі як: відчуття ізоляції, шкільні події, групові взаємодії, пригоди на природі. Завдяки цьому діти можуть легко ідентифікувати себе з героями. Наприклад, сцени гри в баскетбол, підготовки до шкільної поїздки або хвилювань через спілкування з однолітками відображають реальний емоційний досвід цільової аудиторії, що формує емпатію та емоційне залучення.

[2]https://youtu.be/_vJ08aA2v3g?si=6Ntm477xqveY6_v3

Буктрейлер виконує роль тизера, який не лише знайомить із героями, а й підкреслює конфлікти та зміни у стосунках, що є центральними для сюжету. Такий підхід працює як «гачок» для дитини, вона хоче дізнатись, що буде далі. Все це підвищує ймовірність того, що дитина зацікавиться книгою. Також трейлер побудований на позитивних емоціях, а саме: підтримці, дружбі, самовираженні, що створює привабливий емоційний фон.

Загалом, завдяки простоті форми, емоційній відкритості та знайомому візуалу, трейлер “Entirely Emmie” є ефективним інструментом просування книги серед дітей віком 8–13 років. Він не перевантажує деталями, але чітко позиціонує історію пізнання себе, що є ключовим принципом дитячого контент-маркетингу та вплинуло на вибір його в якості аналога.

1.3. Буктрейлер “Pax, Journeyhome”– анімований ролик до бестселера американської письменниці Сари Пеніпакер (Sara Pennypacker), який презентує зворушливу історію про розлуку, втрату та пошук зв’язку між хлопчиком і диким лисом.[3] Відео створене у 2021 році в межах дитячої видавничої платформи “Shelf Stuff” (видавництво “Harper Collins”) та поєднує лаконічну анімацію, метафоричні образи природи та чуттєвий закадровий текст, що підкреслює основну тему – пошук дому й емоційного зцілення після травм війни (іл.1.3).

Візуальною особливістю трейлера є стилізація з імітацією ілюстрацій з книги, що створює відчуття «оживлення сторінок». Використання паралакс-ефекту додає зображенню глибини та динаміки, передній та задній плани рухаються незалежно, демонструючи ілюзію простору й занурення. Таке технічне рішення особливо ефективне в роботі з дітьми, оскільки активізує візуальне сприйняття. Також варто відзначити абстрактні переходи між сценами – розчинення, зсуви, рухи крізь структури, що нагадують текстури дерева, води чи тканини. Такі переходи не лише естетично привабливі, а й відповідають емоційному змісту історії, допомагаючи плавно змінювати

[3]https://youtu.be/pmGiXNU7F7w?si=O0bxyNOtXNp2_UnB

настрій та простір. Вони викликають у глядача ефект спогаду або мрії, що особливо резонує з чутливим підлітковим сприйняттям.

Нетипова колірна палітра, приглушені тони, імітація друкарської текстури, глибокі вечірні відтінки вирізняють цей буктрейлер серед яскравих анімацій, що переважають у дитячому контенті. Візуальний стиль створює атмосферу серйозності та емоційної глибини, яка приваблює дітей старшого шкільного віку, налаштованих на співпереживання та рефлексію.

Отже, буктрейлер "Pax: Journey Home" є вдалим прикладом поєднання емоційної розповіді з художніми та технічними прийомами, що формують глибоке візуальне переживання. Це дозволяє не просто рекламувати книгу, а створити навколо неї естетичний та чуттєвий простір.

1.4. Буктрейлер "Pete the Cat: rocking in my school shoes"– яскравий музичний буктрейлер до ілюстрованої книги "Pete the Cat: Rocking in My School Shoes**"** авторів Еріка Літвіна (Eric Litwin) та ілюстратора Джеймса Діна (James Dean) є прикладом інтерактивної відеореклами для дошкільного та молодшого шкільного віку.[4] Відео створене у 2011 році у межах платформи "Harper Kids" та поєднує анімацію на основі ілюстрацій з книги, елементи караоке, а також пісенний супровід, що повторюється та легко запам'ятовується. Буктрейлер презентує пригоди кота Піта у шкільному середовищі, де він знайомиться з новими просторами, зберігаючи позитивний настрій та ритмічний спів, незалежно від обставин (іл.1.4).

Буктрейлер "Pete the Cat: Rocking in My School Shoes" орієнтований на наймолодшу аудиторію – дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, що чітко простежується як у візуальному, так і в музичному оформленні. Стилістика трейлера повністю відповідає ілюстраціям до книги, зображення нагадують дитячі малюнки, виконані у техніці кольорових олівців або акварелі. Такий підхід викликає довіру у маленького глядача, оскільки сприймається як «свій» – знайомий, простий та доброзичливий.

[4]https://youtu.be/lUVgSWsyIE8?si=QoSBsCW_ro12vvGs

Колірна палітра побудована на чистих, контрастних кольорах, що полегшують сприйняття та привертають увагу: яскраво-червоні кеди, насичено-синє тло, жовті та помаранчеві акценти. Це не лише забезпечує візуальну виразність, а й допомагає краще виділяти об’єкти в кадрі, що особливо важливо для дітей, які ще формують зорову уважність.

Окремо варто відзначити озвучування. У трейлері використовується поєднання голосів дорослого та дитини, що посилює емоційне залучення. Дорослий голос створює відчуття підтримки та авторитету, а дитячий – ефект співучасті, ніби сам глядач може бути частиною пригод Піта. Такий прийом не тільки урізноманітнює ролик, а й працює як маркетинговий інструмент, створює відчуття гри та взаємодії.

Музичний мотив постійно повторюється, легко запам’ятовується, може бути проспіваний та підвищує ймовірність повернення дитини до контенту. Це потужний елемент дитячого бренд-маркетингу, заснований на повторюваності й асоціації образу з музикою.

Загалом трейлер демонструє ефективний підхід до комунікації з молодшою аудиторією через простоту, ритм, яскраві кольори та залучення через музику. Він не лише рекламує книгу, а й створює навколо неї веселу, знайому атмосферу, в якій дитина хоче бути.

1.5. Анімаційний короткометражний фільм “Windows”– дипломна робота студентів школи “LaSalleRamonLlull” з Барселони (Іспанія), створена у 2023 році творчою групою Vegan Fury–Оріолом Пересом (Oriol Pérez), Альом Серрано (Al Serrano), Маром Себріаном (Mar Cebrián) та іншими.[5] “Windows”– атмосферна 3Dанімація, що розкриває тему протиставлення характерів і пошуку взаєморозуміння у дитячому віці (іл. 1.5).

Анімація в фільмі “Windows” вирізняється чітким візуальним розмежуванням характерів героїв через кольори, світло, простір. Різна палітра кольорів створює глибокий емоційний контраст, що візуально підсилює сюжетний конфлікт. Важливу роль відіграє вікно, як метафора межі між

[5]https://youtu.be/Ti0wPu5oeok?si=6ij5dwb5P3VGK8mf

героями та, водночас, точки дотику, бо саме через нього герої намагаються побудувати комунікацію та зрозуміти один одного. Попри статичний ракурс, зосереджений на двох вікнах протягом усього фільму, анімація не втрачає динаміки. Саме завдяки обмеженому простору, автори знаходять інші візуальні засоби, щоб передати розвиток подій та зміну настрою. Ключовим прийомом є зміна часу доби. Зміна світла відіграє не лише атмосферну функцію, а й емоційну – м'яке та тепле світло створює відчуття дружби, а різке підкреслює напругу та конфлікт. Це доводить, що динаміка в анімації може бути досягнута не лише зміною ракурсів, а й використанням художніх засобів.

Фільм "Windows" був обраний як аналог завдяки вдалому використанню візуального сторітейлінгу без діалогів, поєднанню кольорів, світла, ритму як засобу транслювання емоцій. Такий підхід є особливо цінним для дитячого сприйняття, де велике значення має візуальна мова.

1.6. Анімаційний короткометражний фільм "Watermelongirl"– індивідуальний проєкт американського режисера Сайзерна Шотті (Southern Shotty), створений у 2024 році.[6] Фільм є теплою пригодницькою історією про дівчинку, що народилася з насіння кавуна та відправляється на пошуки дому. На своєму шляху вона зустрічає перешкоди, але долає їх за допомогою нових друзів і відкриває для себе цінність дружби, спільноти та щедрості (іл.1.6).

Анімація вирізняється цікавим візуальним стилем, глибокою емоційністю та казковою атмосферою. Автор використовує спрощені, іграшкові форми, теплу рожево-зелену кольорову палітру, декоративно-крафтову стилізацію, текстури паперу, тканини, аплікації, пластиліну. Фільм має лялькову візуальну атмосферу, хоч і виконаний у програмі "Blender" за допомогою 3D технологій.

Світлові акценти та м'які тіні підсилюють відчуття об'єму та створюють ефект театральної сцени. Такий підхід особливо близький до дитячої візуальної мови, бо він простий у формі, але багатий за змістом. Саме тому цей фільм ми обрали аналогом до створення буктрейлеру. Він показує, як через стилізацію та емоційний дизайн середовища можна досягти глибокого зв'язку з глядачем.

[6]https://youtu.be/9ZLT7i4BDcM?si=8S6HQ-SJDtTNgtBz

1.7. Анімаційний короткометражний фільм "SoftRain"– анімація2023 року режисера Саши Гудеґебюре (Sacha Goedegebure) із Сінгапуру.[7] У центрі сюжету – чоловік, що переживає депресивний стан і несподівано потрапляє під дощ із м'яких рожевих кульок, який змінює хід його дня. Незнайома жінка пропонує йому сховатися під її парасолькою, вони разом насолоджуються теплом та унікальним моментом (іл.1.7).

Анімація "SoftRain" вирізняється чутливим підходом до візуальної подачі емоційного стану героя. Кольорова палітра грає значну роль, бо приглушені сірі та блакитні відтінки, що передають депресивний стан, змінюються на теплі, рожеві акценти, коли герой попадає під дощ і його настрій трансформується. Стилізація об'єктів та персонажів натхнена фактурами пластиліну, що додає зображенню тепла, відчуття казковості та ручної роботи.

Важливу роль у фільмі відіграє звуковий супровід. Музика делікатно супроводжує глядача через трансформацію внутрішнього стану головного героя, а шумові ефекти: звуки вулиці, дощу, легкі акценти, створюють ефект присутності та емоційного занурення.

Цей короткометражний фільм було обрано як аналог для створення буктрейлера саме завдяки його здатності передавати емоції та дії через чутливе звукове оформлення. Музика й звуки активно взаємодіють зі грою персонажів: кожен погляд, жест чи зміна настрою підкреслюються окремими звуковими деталями або плавними музичними переходами, що посилює емоційне сприйняття без потреби в словах.

1.8. Анімаційний короткометражний фільм "Good karma"– доброзичлива історія, що розгортається на вулицях міста у теплій атмосфері вечірнього сонця, створена як частина соціально орієнтованої кампанії. "Goodkarma"[8] – анімаційний проєкт у стилістиці "Claymation", розроблений "RoofStudio" у 2024 році із використанням сучасної CGIанімації з імітацією ручної пластилінової техніки (іл.1.8).

[7]https://youtu.be/tbsfc6Wn2DU?si=73KfmXDAidoEFcBs
[8]https://www.behance.net/gallery/205896815/GOOD-KARMA-BY-THE-PINT

Візуальний стиль побудований навколо текстур пластиліну, кожен об’єкт має характерну м’яку поверхню з легкими нерівностями, ніби зліплені вручну. Таке рішення додає сценам тепла, тактильності та відчуття чогось знайомого з дитинства. Особливу увагу приділено кольоровій палітрі, яка побудована на теплих, м’яких відтінках рожевого, жовтого, блакитного, фіолетового. Світло у фільмі розсіяне, ніби вечірнє сонце, що підкреслює позитивне посилання історії. Саме завдяки такому гармонійному поєднанню текстур, кольору та світла досягається відчуття спокою, емоційного тепла. У чарівному стилі “Claymation”, що нагадує класичну покадрову анімацію, кожен персонаж був ретельно розроблений, щоб передати характери та втілити чарівність різних осіб.

У проєкті акцент зроблено на соціально важливих темах, зокрема донорстві крові та інклюзивності. Сюжетна лінія обертається навколо людей різного віку, кольору шкіри, зовнішності та можливостей, які долучаються до здачі крові, підкреслюючи, що добрі вчинки доступні кожному. Важливим є зображення різноманітних персонажів, серед яких люди з протезами, певними особливостями тіла або візуальними ознаками інклюзії. Все це підсилює ідею відкритості, прийняття та рівності. Такий підхід формує позитивне сприйняття теми серед глядачів, що надзвичайно важливо в контексті дитячого й підліткового сприйняття, де цінності доброти, рівності, турботи мають бути подані доступно, яскраво та щиро.

Фільм “Good karma” демонструє важливість візуальної теплоти, щирості й доступності у подачі соціально значущих тем, що особливо актуально для дитячої авдиторії. Для буктрейлера можна запозичити стилістичні рішення фільму, зокрема м’яку палітру кольорів, світло з ефектом вечірнього сонця та фактур пластиліну, які в купі створюють затишну й емоційно привабливу атмосферу.

1.9. Анімаційний короткометражний фільм “Cereal”– авторська робота 2024 року, створена як випускний проект у “Vancouver Film School”.[9] “Cereal”,

[9]https://youtu.be/nCKwUB8EVbc?si=QKrkDfWBtZEUbInL

динамічна 2D анімація, яка поєднує комічну форму розповіді, насичений рух, гіперболізовану емоційність, динамічний монтаж. За сюжетом головний герой хоче поснідати пластівцями, але звичайний сніданок перетворюється на ланцюг невдач, які викликають багато негативних емоцій у персонажа. Фільм демонструє, як з рівноваги можуть вибити повсякденні дрібниці (іл.1.9).

Анімація вирізняється активною зміною планів і монтажними прийомами, що підкреслюють напруженість та драматизм ситуації. Особливу роль грає викривлена перспектива, а саме: широкі кути, нестандартні ракурси, порушення класичних правил композиції. Таким чином, простір наче реагує на емоційний стан героя та змінюється разом з ним.

З технічного боку фільм демонструє динамічне поєднання ритму і темпу, бо синхронізація дій героя з музичними й звуковими акцентами створюють яскраву динаміку. Такий підхід тримає увагу глядача від першої секунди до останньої, що є цінним у контексті створення буктрейлеру.

1.10. Анімаційний короткометражний фільм "Negative Space"– зворушливий анімаційний фільм 2019 року, створений дуетом Tiny Invention на основі поезії Рона Кертджі (Ron Koertge).[10] Стрічка виконана у техніці покадрової анімації, поєднуючи реалізм побутових деталей із фантастичними візуальними асоціаціями. За допомогою метафори пакування валіз, фільм розповідає історію втрати, зв'язку та спогадів у стосунках між батьком і сином (іл.1.10).

Анімація "Negative Space" вирізняється витонченістю композиції, точністю деталей та глибоким символізмом. Усі кадри виконані у техніці покадрової анімації зі змішаними матеріалами пластиліну, тканини, фактурного паперу, що надають кожній сцені матеріальності й тактильної глибини.

Порожній простір відіграє особливу роль у фільмі не лише як технічний прийом, а як основна метафора. Вільні ділянки служать символом мовчання, втрачених можливостей, емоційної дистанції. Кольорова палітра стримана, складається з сірих відтінків, що відповідає темі спогадів і втрати. Контрастом

[10]https://youtu.be/KI2lsdXJQ40?si=VIyFjMcSf-XtGQJX

слугують фантазійні кадри, де уява хлопчика оживляє речі, змінює масштаб, простір, додає фільму легкості. Темп анімації ритмічний, з довгими, спокійними кадрами, які дозволяють глядачеві зосередитися на деталях і емоціях. Звук майже відсутній, що підсилює ефект тиші, а музичний супровід мінімалістичний, делікатний.

Фільм “Negative Space” був обраний як аналог для буктрейлера завдяки своїй здатності розповідати глибоку історію через візуальні деталі без надмірного пояснення. Вражає те, як багато можна сказати без слів, а саме через паузу, ритм, тишу. Іноді достатньо настрою, символу або жесту, щоб викликати інтерес й емоційний зв’язок з глядачем. Такий підхід допомагає створити атмосферу очікування та загадковості, що ідеально пасує для промоції книжки, яка містить елементи фантастики чи внутрішньої трансформації героя.

РОЗДІЛ 2. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

2.1. Концепція роботи та структура буктрейлеру «Дзеркало бажань»

«Дзеркало бажань» – буктрейлер, який створено з метою зацікавити дитячу аудиторію та пробудити емоційне бажання прочитати однойменну книгу письменниці Юліти Ран. Проєкт має на меті не лише представити книгу, а й викликати в юного глядача емоційний резонанс та питання, про що ця історія, що приховує дзеркало, чим усе закінчиться.

Сюжетна лінія буктрейлера розгортається навколо головної героїні – дівчинки, яка натрапляє на дивне дзеркало. Її побутові сцени перетинаються з фрагментами магічних уяв, що відкриваються через це дзеркало. Глядач бачить, як героїня торкається відображення та з’являється постать майстра Франческо Петріні, стикається з найтаємнішими бажаннями, страхами і переживає внутрішній конфлікт. Усе це подано фрагментарно через загадкові фігури, напружені сцени, світло й тінь, без прямого пояснення, але з відчуттям, що ось-ось станеться щось велике.

Такий підхід дозволяє зберегти ключову інтригу сюжету, зацікавити глядача, а головне – це мотивувати дитину, відкривши сторінки книги, самостійно дізнатися, що за історія стоїть за магічним дзеркалом.

2.2. Стилістична концепція буктрейлеру «Дзеркало бажань»

Буктрейлер розроблено за допомогою технологій 3Dанімації з ефектом пластилінової ручної техніки (аналог “Claymation”). Такий візуальний стиль обрано з урахуванням специфіки дитячого сприйняття. Текстури, схожі на знайомі дітям матеріали, асоціюються з грою та творчістю, викликають довіру та емоційне залучення.

Для створення візуальної виразності та підтримання динаміки в буктрейлері «Дзеркало бажань» застосовується поєднання 3Dанімації з колажними елементами, які дозволяють швидко показати різні ракурси.

Окрему роль відіграє робота з фокусом і розмиттям. Під час появи містичних образів, зокрема бачення примари, кадр набуває динамічного розмиття, що візуально імітує зміну свідомості героїні або її фантазію. Це підсилює емоційну напругу сцени та створює атмосферу магії.

Для підкреслення окремих рухів, емоцій чи об’єктів у кадрі використовується 2Dграфіка поверх 3Dсцен: стилізовані контури, спалахи, лінії швидкості. Такі вставки оживляють анімацію, додають гумору або акцентують на внутрішньому стані персонажа.

Кольорова палітра будується на контрасті світлого та темного. Сцени з реального світу теплі, приглушені; сцени магії насичені, глибокі, з використанням фіолетового, синього, смарагдового. Цей прийом дозволяє миттєво змінювати настрій та переносити глядача між різними емоційними станами.

Щоб створити візуальну динаміку та максимальний ефект занурення, використовується глибокий проліт камери. Вона проникає крізь об’єкти, плавно переходячи з однієї локації в іншу, за рахунок чого досягається максимальний просторовий ефект, не втрачаючи цілісності відео. Переміщення камери по гіперболічних траєкторіях та зміна кута зйомки створюють відчуття масштабу, руху й магічного переходу між світами.

У сукупності ці прийоми формують багатошаровий візуальний простір, який не лише візуально привабливий, а й відповідає емоційній логіці сюжету, утримує увагу глядача, створює ефект відкриття, а також робить буктрейлер схожим на окрему коротку казкову пригоду, що запрошує до читання книги.

2.3. Технічні характеристики та особливості

Буктрейлер «Дзеркало бажань» створено у техніці 3Dанімації з використанням програмного забезпечення “Blender” для моделювання, анімації та рендерингу, а також “Adobe AfterEffects” для фінального зведення відео.

Персонаж головної героїні розроблено поетапно:

–*Блокінг*– побудова базової форми та пропорцій;

–*Скульптинг*– деталізація анатомії обличчя, тіла та міміки;

–*Ретопологія*– оптимізація геометрії для подальшої анімації;

–*UV-розгортка* – підготовка до текстурування;

–*Додавання деталей*– аксесуари, одяг, декоративні елементи;

–*Текстурування*– нанесення кольору, фактури шкіри, одягу та волосся;

–*Додавання скелету*–за допомогою сайту “Mixamo”.

Анімація побудована на ключовій покадровій роботі з виразною мімікою та рухами. Освітлення, камера й візуальні ефекти (глибина поля, об’ємне світло, магічні частинки) реалізовані безпосередньо у “Blender”. Остаточне зведення сцен, монтаж, а також інтеграція титрів, 2Dграфіки, музики, озвучення та ефектів виконано в “Adobe AfterEffects”.

Загальна тривалість ролика – до 2 хвилин, формат – Full HD (1920×1080), 25 fps, експортований у форматі .mp4 для універсального поширення у цифровому середовищі.

2.4. Звукове рішення

Звукове рішення буктрейлера базується на поєднанні фонової музики, звукових ефектів середовища, оповіді чоловічим голосом. Голос за кадром виконує функцію казкового, спокійного, емоційно стриманого оповідача, що вводить глядача у світ книги та підсилює атмосферу чарівності. Музика адаптується до змісту кожного епізоду від енергійної до приглушеної, плавної. Звукові ефекти використовуються для підкреслення дій та локації: шелест вітру, ледь чутні кроки, дзвін дзеркала, міські шуми. Усе це формує звуковий простір, який доповнює візуальну складову й підсилює емоційне занурення глядача у оповідання.

2.5. Цільова аудиторія

З метою визначення актуальності теми та уточнення потреб аудиторії було проведено онлайн-опитування, у якому взяли участь 52 респонденти

різного віку та професійного статусу. Переважна більшість опитаних – це молодь віком 18–25 років. Серед усіх респондентів 80,8% становлять жінки, що може бути пов'язано з їхньою зацікавленістю у сфері дитячої літератури, педагогіки або дизайну.

Дослідження продемонструвало, що майже половина опитаних (46,2%) добре знайомі з форматом буктрейлерів, а ще 40,4% – частково. Це вказує на зростання обізнаності з таким видом контенту, хоча й підтверджує потребу у подальшій популяризації цього формату. Водночас 44% зазначили, що мали досвід, коли буктрейлер мотивував прочитати книгу. Такі дані підтверджують потенціал буктрейлера як інструменту читацької мотивації.

Опитування визначило, що найбільш привабливим для дітей форматом є 3Dанімація (82,7%) та 2Dанімація (63,5%). Серед найбільш ефективних елементів було обрано яскраві кольори (86,5%), музику й звук (73,1%), персонажів (73,1%) та динамічні сцени з рухом (67,3%). Значення має також емоційний зміст: 86,5% учасників вважають, що трейлер має містити інтригу або загадковість. Усе це вказує на те, що ключовими чинниками привабливості буктрейлера є емоційна напруга, візуальна динаміка та зрозумілі образи.

Проаналізувавши відповіді щодо платформ, на яких дитина найімовірніше зіштовхнеться з буктрейлером: TikTok (84,6%), YouTube (82,7%), а також шкільні заходи (53,8%). Тобто соціальні мережі разом з освітнім середовищем є найперспективнішими каналами для просування дитячої літератури через відеоформат.

На запитання, що особливо впливає на вибір книги для дитини, більшість опитаних відзначили цікаву історію (73,1%), улюблений жанр дитини (57,7%), яскраве оформлення (51,9%) та рекомендації (53,8%).

Отже, результати опитування підтверджують: буктрейлер має високий потенціал впливу на читацький вибір дитини. Найбільш ефективними виявилися короткі анімаційні відео з виразною стилістикою, емоційним наповненням, динамікою, які адаптовані до форматів сприйняття сучасної дитячої аудиторії.

ВИСНОВКИ

Обрана нами тема щодо розробки буктрейлеру «Дзеркало бажань» є надзвичайно актуальною через те, що сучасній дитячій аудиторії вже недостатньо традиційної форми подачі книги. Необхідно знайти ефективний спосіб візуального зацікавлення, який відповідатиме темпу й формату сприйняття сучасної дитини. Результати онлайн опитування підтвердили нашу думку та продемонстрували інтерес аудиторії до буктрейлерів як інструменту реклами, особливо якщо вони мають якісну емоційну подачу, інтригу та привабливе оформлення.

У ході дослідження теми буктрейлерів, як сучасного інструменту візуального промо дитячих книг, було розглянуто низку публікацій вітчизняних і зарубіжних авторів. Публікації підтвердили зростаючу роль відеоформатів у промоції дитячої літератури, особливо в умовах цифрового середовища.

Під час роботи над проєктом нами проаналізовано приклади анімаційних короткометражних фільмів і буктрейлерів, що поєднують актуальні стилістичні, технічні й емоційні підходи. Результатом цього аналізу стали висновки про ключові характеристики, які забезпечують ефективність дитячого візуального контенту, а саме: яскрава стилістика, динаміка, емоційна насиченість, візуальна мова без надмірного тексту, а також інтригуюча структура, що не розкриває сюжет повністю.

У практичній частині дипломної роботи створено авторський анімований буктрейлер до книги Юліти Ран «Дзеркало бажань». Робота включала повний цикл виробництва: від концепції, сценарію й візуального стилю до моделювання персонажів, анімації, монтажу та звукового супроводу. Буктрейлер реалізовано з імітацією пластилінової текстури, що візуально близько до дитячої аудиторії.

Сюжет трейлера подано фрагментарно, без хронології, із акцентом на дії, емоції, загадковість, що викликає інтерес та спонукає дитину самостійно звернутися до книги. Таке рішення базується на принципах дитячого

маркетингу, де важливо не просто інформувати про сюжет, а створити емоційний зв'язок і мотивацію до дії.

Практична значимість проєкту полягає в адаптації книжкової історії до сучасного візуального формату. Такий інструмент можна ефективно використовувати у шкільному середовищі, бібліотеках, соціальних мережах видавництв та авторів як частину стратегії популяризації читання.

Таким чином, створений буктрейлер демонструє потенціал поєднання дизайну, анімації й маркетингу для просування дитячої літератури. Він виконує не лише рекламну, а й освітню функцію – допомагає залучати дитячу аудиторію до читання, розвиває уяву, емоційне сприйняття та інтерес до літератури.

ЛІТЕРАТУРА

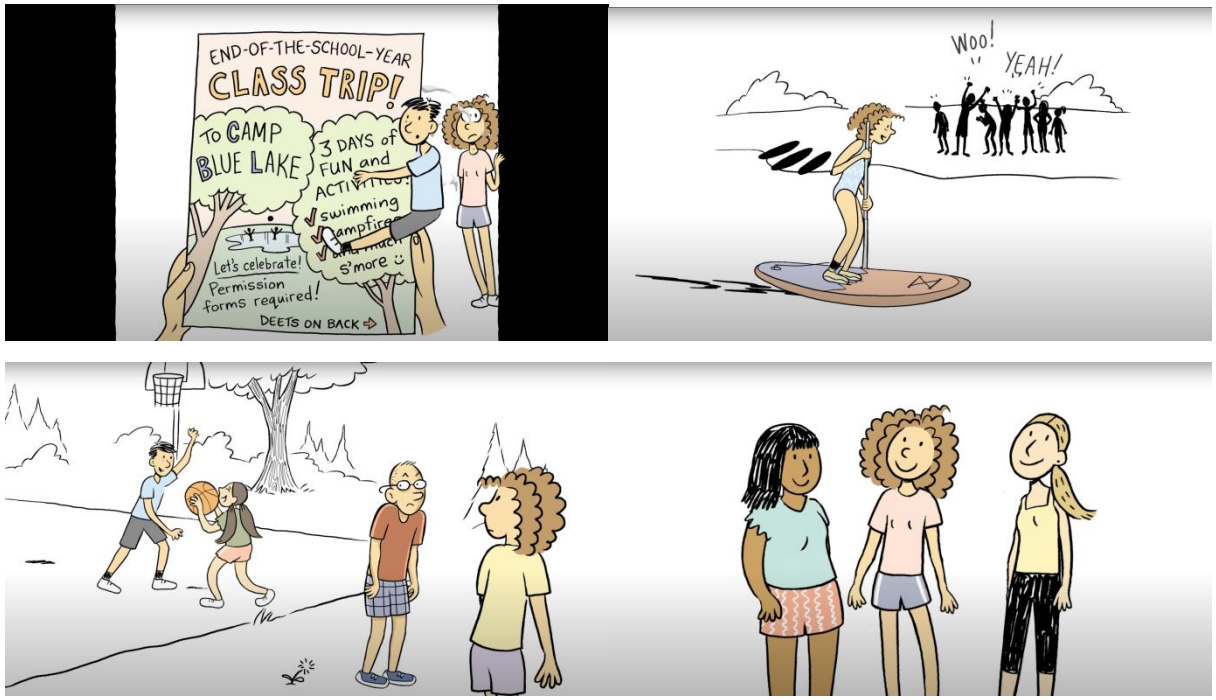
1. Cheryl B. Klein. BookTrailers! ProsandCons! Dotheyhelpsales? URL: https://www.cherylklein.com/blog/2017/9/9/book-trailers-pros-and-cons-do-they-help-sales? (Дата звернення 27.04.2025)
2. EeviJones. BookTrailersforChildren'sBooks - Mistakes, BEST Practices, BEST Tools, Examples. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XIqHlCPCsdQ&list=PLcVnkZIHk1JYKkF208VsJlsdV0NDSu6fv&index=10 (Дата звернення 17.04.2025)
3. KimRichardson. Booktrailers: howtocreate a cinematicbooktrailer. URL: https://kobowritinglife.com/2013/07/19/book-trailers-how-to-creat-a-cinematic-book-trailer/ (Дата звернення 27.04.2025)
4. MichelleinMarketing. Booktrailers: shouldyoumakeone? URL: https://albertwhitman.wordpress.com/2010/11/08/book-trailers-do-you-use-them/?utm_source (Дата звернення 27.04.2025)
5. PreciousOboidhe. 45 Videomarketingstaticsfor 2025. URL: https://blog. hubspot.com/marketing/video-marketing-statistics (Дата звернення 27.04.2025)
6. ShouldanAuthorhave a booktrailer? Everythingyouneedtoknow. URL: https://keemiyacreatives.com/2024/09/12/book-trailer-in-india/(Дата звернення 17.04.2025)
7. Tipsformaking a booktrailer. Prokidwriter. URL: https://prokidwriter. com/resources/tips-for-making-a-book-trailer/(Дата звернення 17.04.2025)
8. Доктор МойцаГабрієлчичБленкуш. Цифровий маркетинг для дітей: новий виклик громадському здоров'ю. URL: https://eurohealthnet-magazine. eu/uk/digital-marketing-to-children-a-new-public-health-challenge/ (Дата звернення 27.04.2025)
9. Оксана Гаджій. Світло, камера, мотор! Хто, як і навіщо знімає буктрейлери. URL: https://chytomo.com/svitlo-kamera-motor-khto-iak-i-navishcho-znimaie-buktrejlery/ (Дата звернення 27.04.2025)

10. Просування читання через створення буктрейлера. URL: http://unbib.mk.ua/index.php/home/63-2010-11-04-18-43-58/1670-2016-01-26-18-42-24.html (Дата звернення 17.04.2025)

ДОДАТОК І. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ



Іл. 1.1. Буктрейлер “Theschoolforgoodandevil”, 2013 р.



Іл. 1.2. Буктрейлер “EntirelyEmmie”, 2025 р.



Іл. 1.3. Буктрейлер “Pax, Journeyhome”, 2021 р.



Іл. 1.4. Буктрейлер “PetetheCat: rockinginmyschoolshoes”, 2011 р.



Іл. 1.5. Анімаційний короткометражний фільм “Windows”, 2023 р.



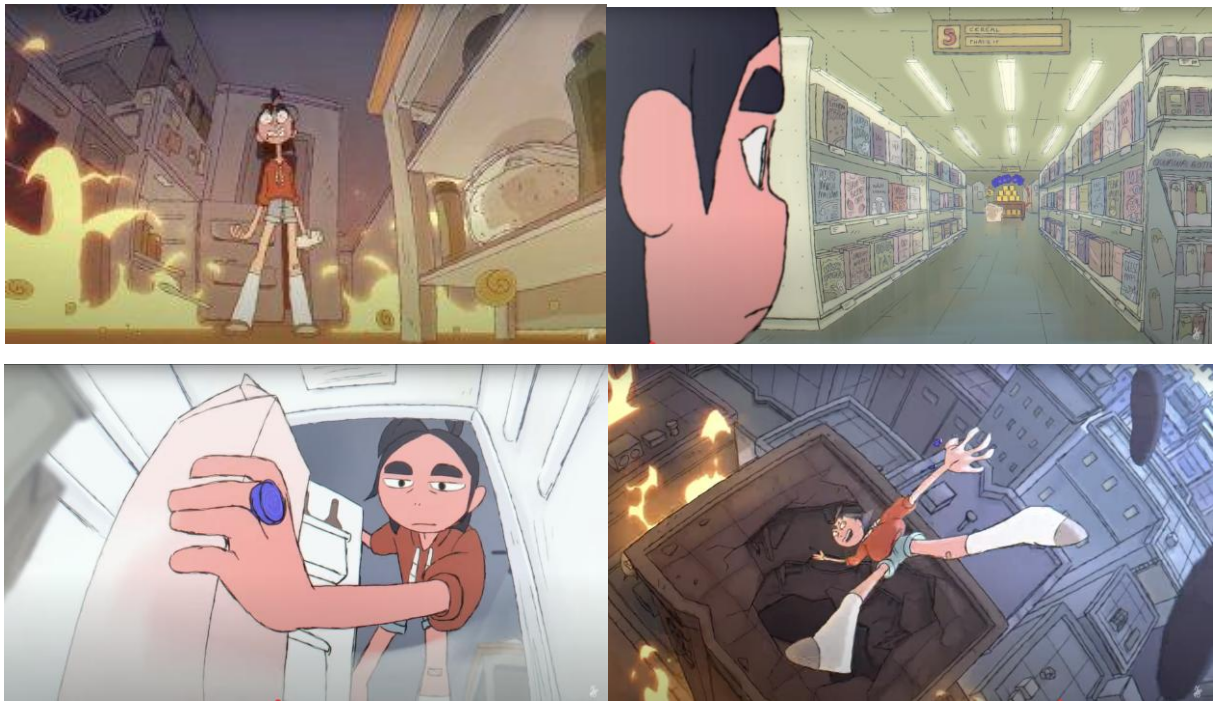
Іл. 1.6. Анімаційний короткометражний фільм “Watermelongirl”, 2024 р.



Іл. 1.7. Анімаційний короткометражний фільм “SoftRain”, 2023 р.



Іл. 1.8. Анімаційний короткометражний фільм “Goodkarma”, 2023 р.

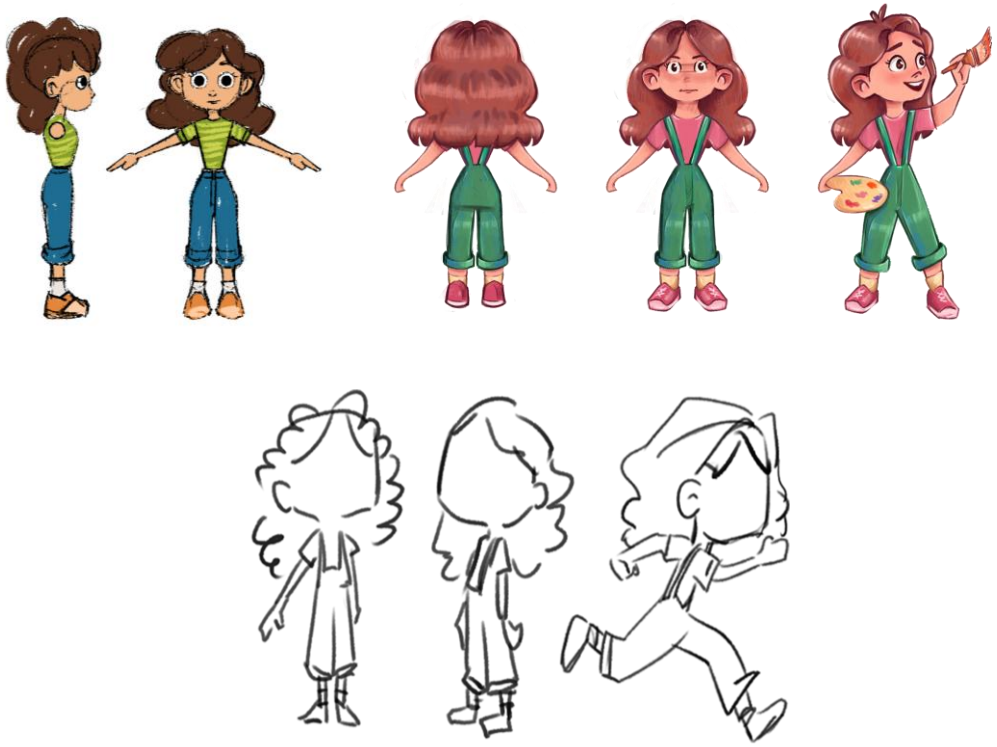


Іл. 1.9. Анімаційний короткометражний фільм “Cereal”, 2024 р.

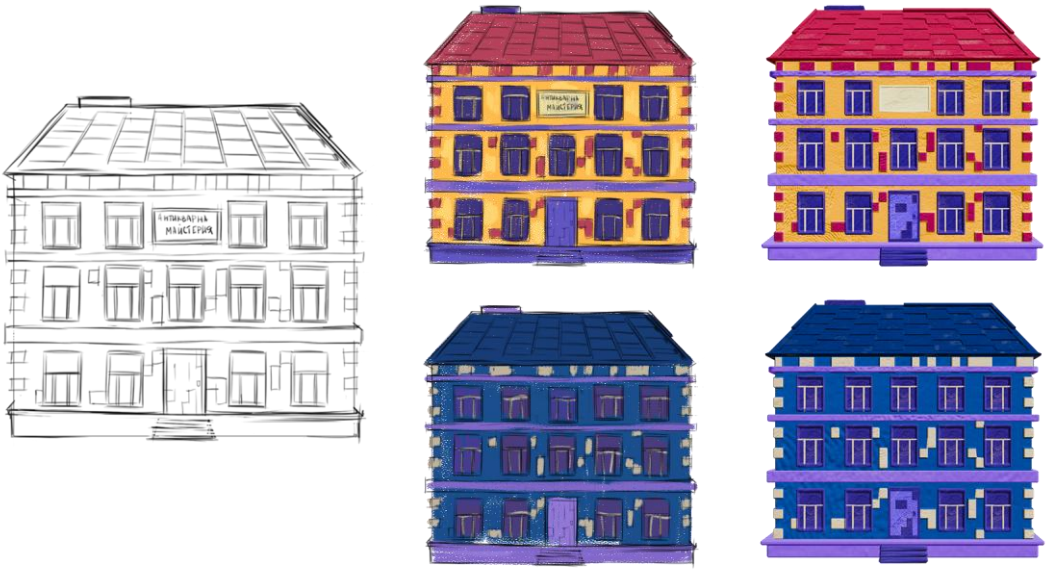


Іл. 1.10. Анімаційний короткометражний фільм “NegativeSpace”, 2019 р.

ДОДАТОК ІІ. ЕСКІЗНИЙ ПОШУК



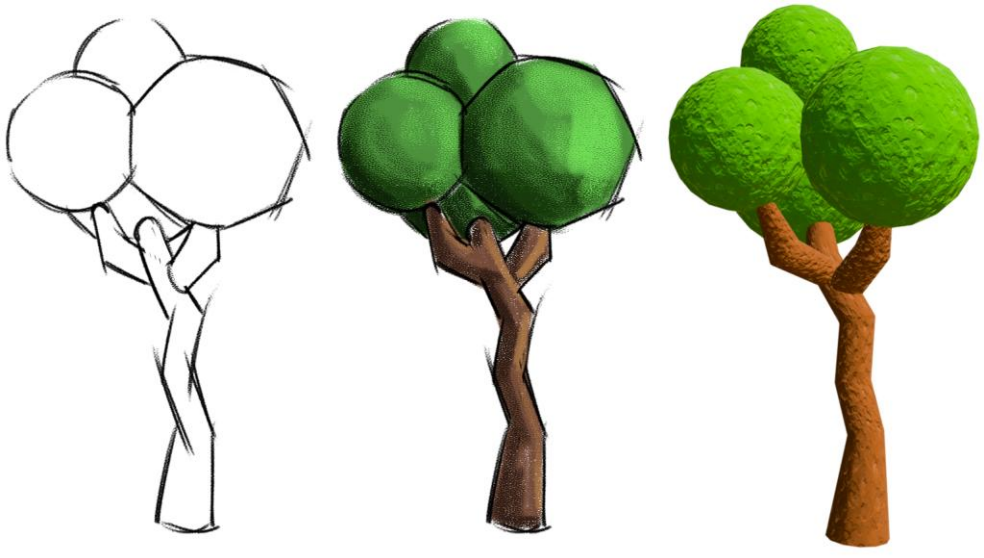
Іл. 2.1. Ескізні пошуки головної героїні Мілани



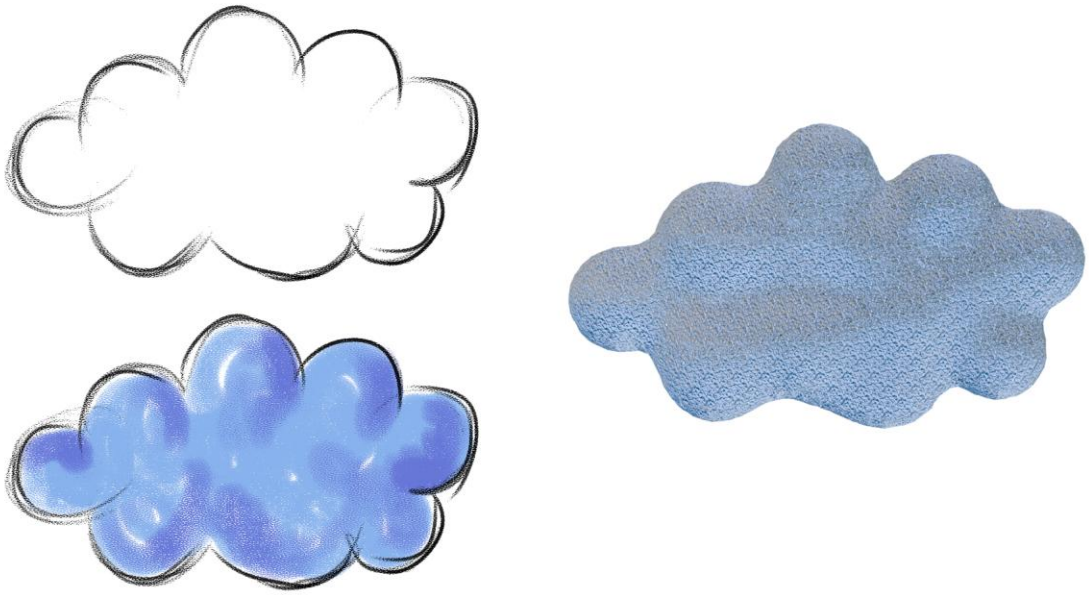
Іл. 2.2. Ескізні пошуки будинків



Іл. 2.3. Ескізні пошуки будинків



Іл. 2.4. Ескізні пошуки дерев

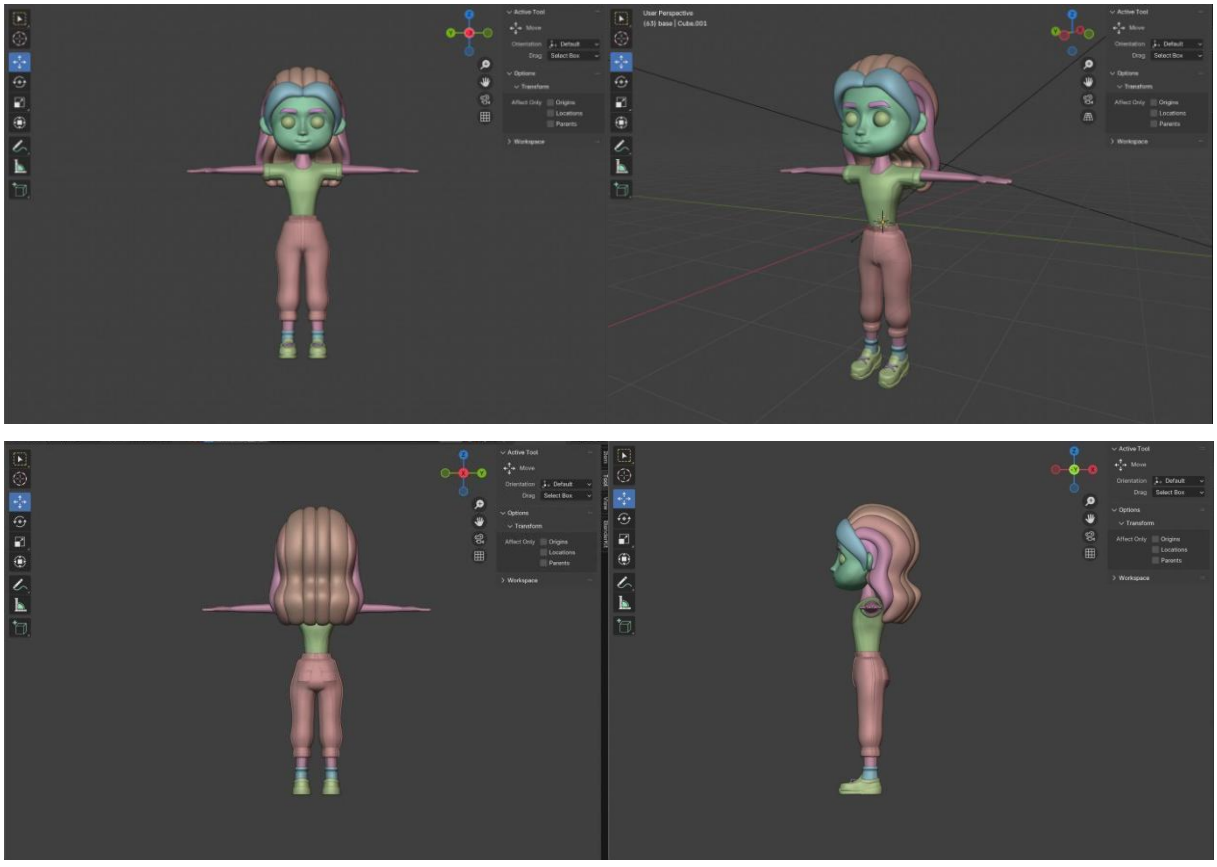


Іл. 2.5. Ескізні пошуки хмар

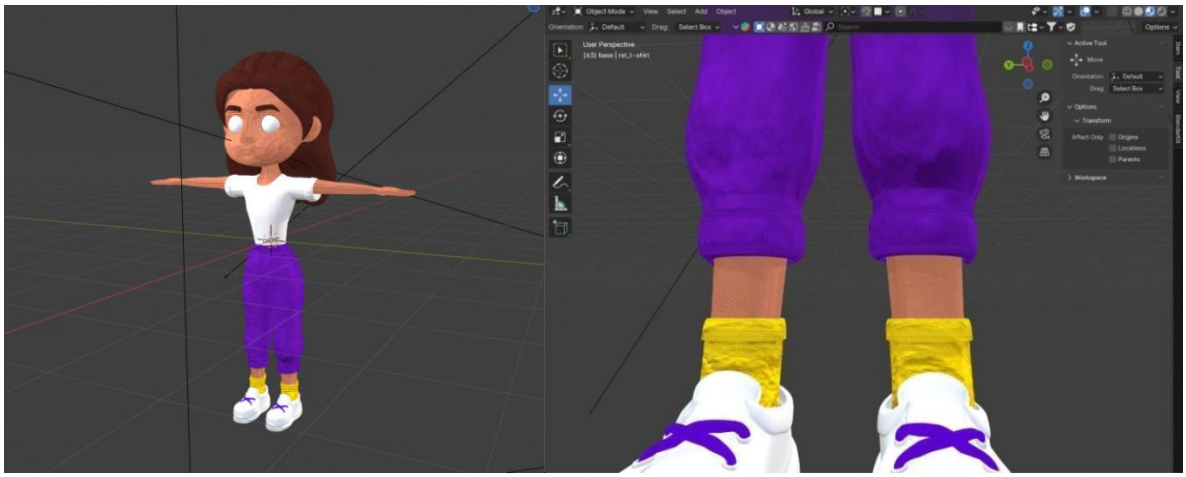
ДОДАТОК ІІІ. СКЛАД ПРОЄКТУ



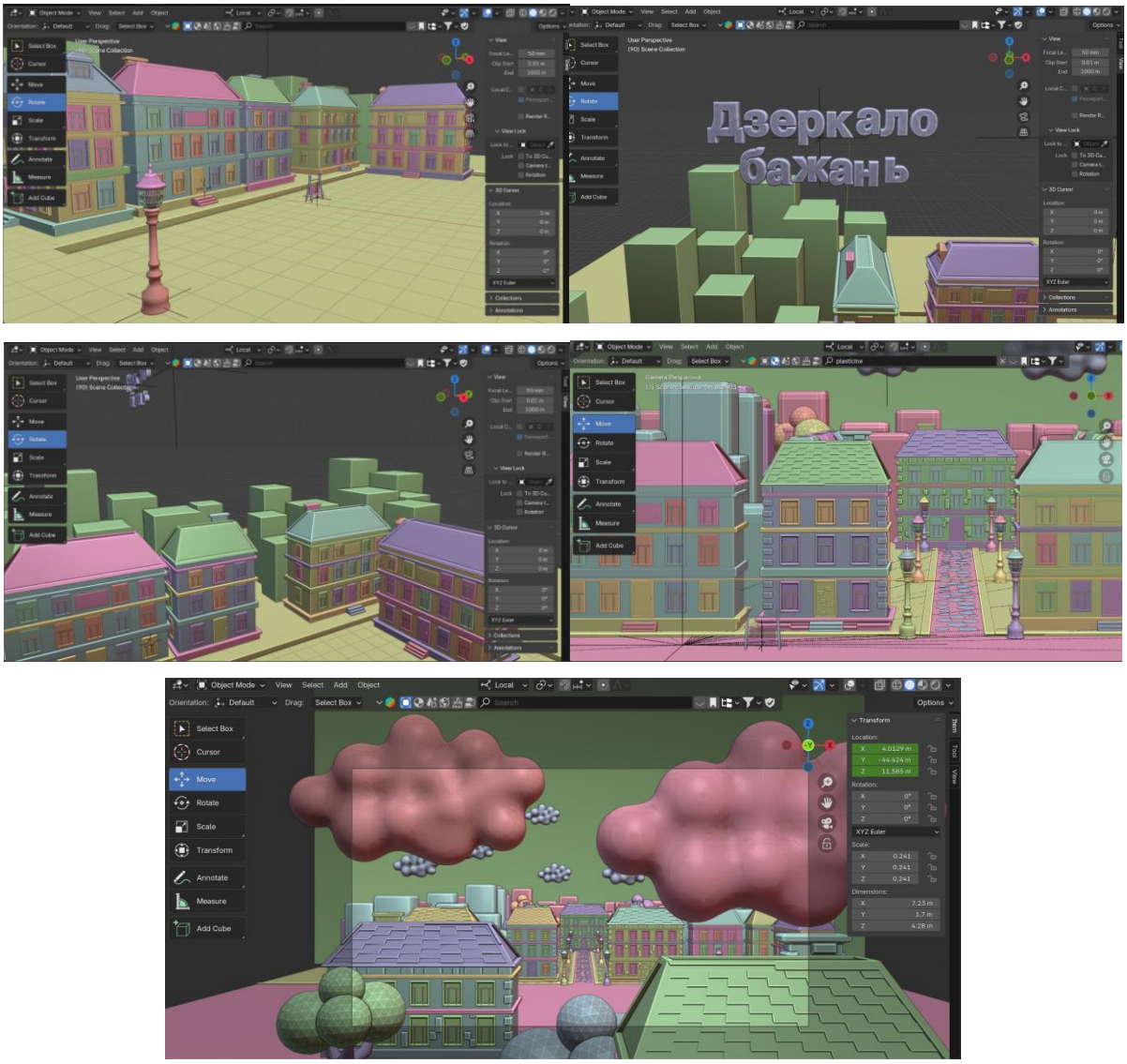
Іл. 3.1. Моделювання локацій



Іл. 3.2. Скульптинг персонажа



Іл. 3.3. Пошук текстур для персонажа

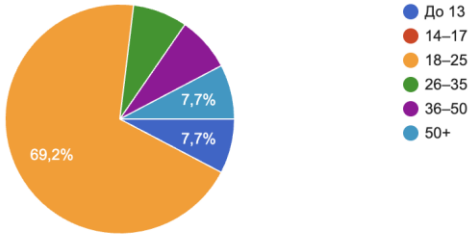


Іл. 3.4. Моделювання локацій

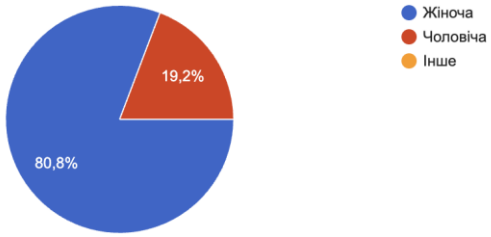


Іл. 3.5. Анімація локацій

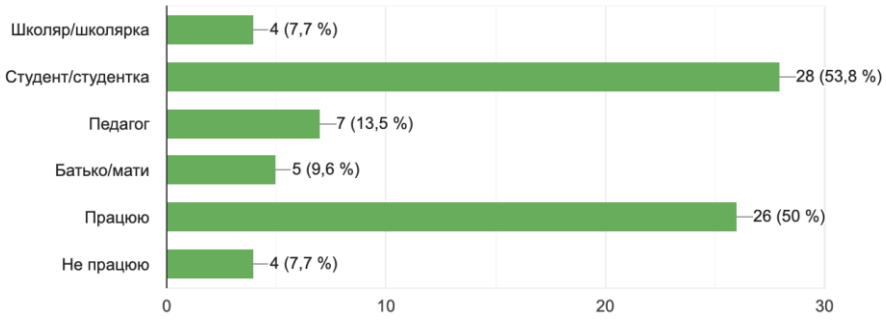
ДОДАТОК IV. АНАЛІЗ ОПИТУВАННЯ



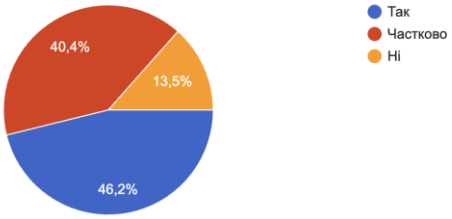
Іл. 4.1. Скільки вам років?



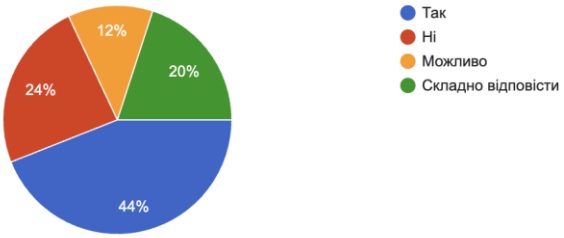
Іл. 4.2. Ваша стать



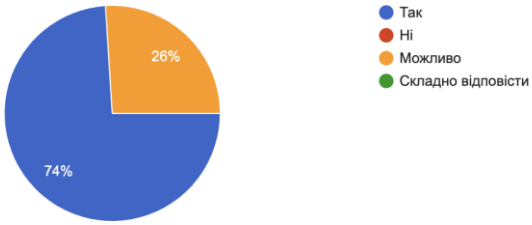
Іл. 4.3. Ваша сфера діяльності



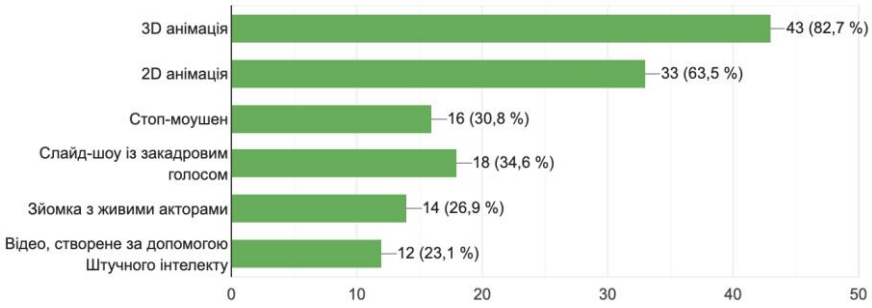
Іл. 4.4. Чи знайомі ви з форматом буктрейлера?



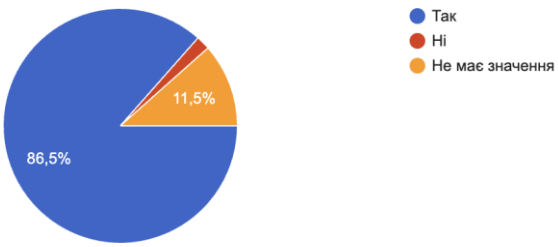
Іл. 4.5. Чи був у вас досвід, коли буктрейлер мотивував вас (або вашу дитину) прочитати книгу?



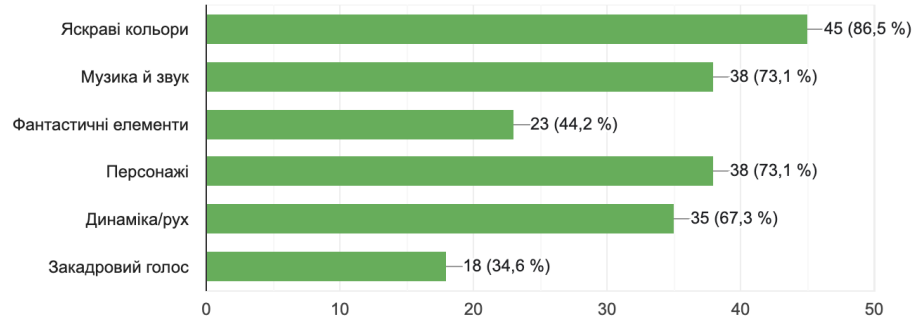
Іл. 4.6. Чи вважаєте ви, що буктрейлер може допомогти дитині легше обрати книгу для читання?



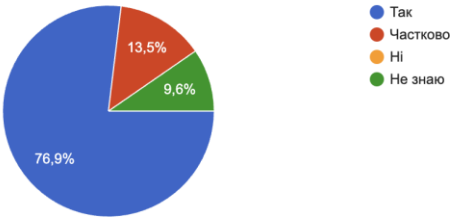
Іл. 4.7. Який формат буктрейлера вам здається найбільш привабливим для дітей?



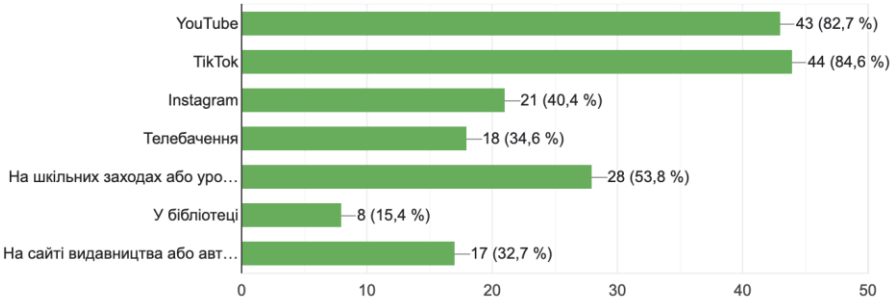
Іл. 4.8. Чи важливо, щоб буктрейлер мав емоційний сюжет, інтригу або загадковість?



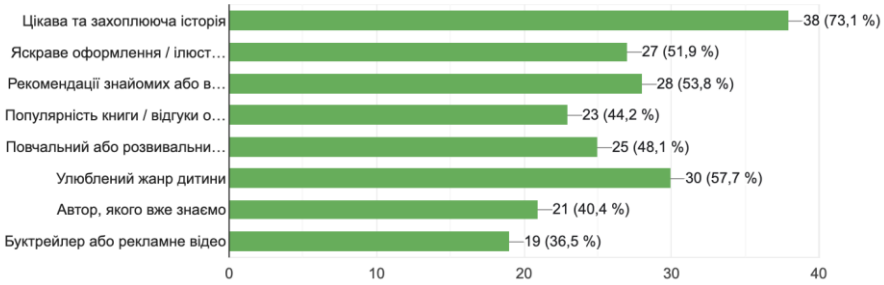
Іл. 4.9. Які елементи в буктрейлері більше привертають увагу дитини (на вашу думку)?



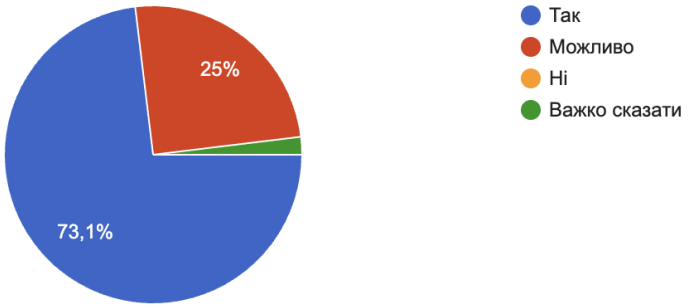
Іл. 4.10. Як ви вважаєте, чи потрібні сучасні візуальні формати для популяризації дитячої книги?



Іл. 4.11. Де, на вашу думку, дитина найчастіше може побачити буктрейлер?



Іл. 4.12. Що особисто вас мотивує обрати книгу для читання або подарунку дитині?



Іл. 4.13. Чи хотіли б ви, щоб буктрейлери використовували у школах для презентації книг?