



*Ю. М. Леках, провідний бібліотекар Наукової бібліотеки  
Національного фармацевтичного університету*

## **БУКТРЕЙЛЕРИ ЯК ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В СУЧАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ**

**Ключові слова:** буктрейлери, Наукова бібліотека Національного фармацевтичного університету

**Ключевые слова:** буктрейлеры, Научная библиотека Національного фармацевтичного університету

**Keywords:** booktrailer, Scientific Library of the National University of Pharmacy

У сучасному світі гостро стоїть проблема зниження читання в суспільстві, особливо серед молоді. Спостерігається зміна позицій книги як домінуючого джерела інформації на одне з багатьох. Даний процес також зумовлюється появою різних засобів комунікацій, зокрема електронних (ТВ, Інтернет) та зміна каналів сприйняття інформації споживачами в бік аудіовізуальних.

Нині бібліотеки та видавничі організації розробляють низки проектів з популяризації читання, використовуючи різні засоби реклами. Серед них особливе місце сьогодні займає створення буктрейлерів.

Буктрейлер – походить від англійської «booktrailer» – означає короткий рекламний відеоролик, який включає в себе найяскравіші моменти книги та візуалізує її зміст. Представляючи читачеві книги і пропагуючи книгочитання в світовому культурному співтоваристві буктрейлери перетворилися на окремий самобутній жанр, об'єднуючий літературу, візуальне мистецтво та Інтернет.

Для буктрейлерів характерні:

- інтерактивність;
- наочність;
- ємкість інформаційного викладу матеріалу.

Але при цьому варто сказати, що світові глобалізаційні процеси створення даних видів інформаційних продуктів безпосередньо впливають на культуру та практику створення буктрейлерів і в Україні.

Контент-аналіз існуючого ряду українських буктрейлерів дозволяє сказати, що за внутрішнім змістом вони являють собою закінчений інформаційний продукт. Розглядаючи алгоритм створення буктрейлерів, основним завданням є вибір книги, що буде презентуватись, написання сценарію, в якому серед іншого добре простежується головна думка автора. Основне завдання кульмінації – зацікавити користувача до прочитання рекламованої книги. При створенні буктрейлера обов'язковою є контактна інформація про бібліотеку або видавництво та запрошення відвідати бібліотеку або ознайомитися з іншими проектами даного видавництва.

Серед найбільш змістовних та якісних слід відзначити буктрейлери бібліотек: Центральна бібліотека для дорослих м. Лисичанськ (буктрейлер на книгу «100 знаменитих символів України»), КРУ юнацька бібліотека (буктрейлер на книгу «Вечера на хуторі близ Диканьки») та ЦГБ ім. Пушкіна (буктрейлер на книгу «Дары волхвов», «Триумфальная арка»).

Аналізуючи зміст існуючих на українських теренах буктрейлерів слід вказати, що переважна більшість відео спрямована на розкриття літератури художнього спрямування що, в свою чергу, не представляє інформаційного наповнення таких видів літератури як навчальна та наукова. Розробка даного напрямку є вельми актуальною в сучасних умовах.

Тому для подальшого дослідження актуальним є створення відеоряду саме навчальних, науково-популярних та наукових видань, які б мали чітко означену аудиторію та враховували специфіку подання матеріалу у буктрейлері. Актуальним також є вирішення завдання зі створення системи обліку, зберігання та систематизації буктрейлерів, що задовольняли б персональні інформаційні запити читачів різних груп та верств населення.

Дослідивши позитивний досвід колег, в Науковій бібліотеці НФаУ розпочато роботу над створенням буктрейлера. В якості об'єкту обрано

навчальний посібник «Історія медицини та фармації», який написано колективом авторів – викладачів та науковців НФаУ, зокрема З. М. Мнушко, І. О. Шевченко, О. В. Шевченко та інших). Головною метою створення подібного відео є популяризація навчальних та наукових видань для студентів вищих навчальних закладів медичного та фармацевтичного профілю та підвищення мотивації до вивчення певної навчальної дисципліни.