

ПРОБЛЕМЫ ТЕКСТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

УДК 001.92

DOI: 10.17223/23062061/17/1

И.С. Соколова

ЕСТЕСТВЕННЫЕ НАУКИ КАК ЧАСТЬ ПОВСЕДНЕВНОСТИ: КНИГИ И ФИЛЬМЫ

***Аннотация.** Рассмотрены ключевые направления проникновения естествознания в повседневность: выпуск научно-популярных книг, раскрывающих естественно-научные основания явлений и процессов, с которыми обычный человек сталкивается в быту; инициация крупными учеными выхода на экраны научно-фантастических фильмов и издание по их мотивам научно-популярных книг; создание буктрейлеров к научно-популярным книгам их читателями. Выявлены феномены медиатизации естественных наук и трансмедийности экранных произведений.*

Ключевые слова: естественные науки, повседневность, книги, фильмы, медиатизация.

В последние годы внимание исследователей различных профилей направлено на изучение так называемой повседневности. Появились такие понятия, как история повседневности, социология повседневности, психология повседневности, культура повседневности, экономика повседневности и т.д. С нашей точки зрения, повседневность также может быть рассмотрена с позиций включенности в нее естественно-научных знаний, применяемых при создании бытовых приборов, в медицинских технологиях, которыми пользуются обычные люди, в организации питания современного человека; средства массовой информации, ставшие неотъемлемой частью повседневности, транслируют естественно-научные представления. В рамках настоящей работы проанализируем происходящие на наших глазах процессы интеграции естественных наук в повседневность, проявляющейся в выпуске специальных научно-популярных книжных изданий, доступно и по-

нятно объясняющих естественно-научные явления в быту; в создании научно-фантастических фильмов и выходящие вслед за ними и связанных с ними научно-популярных книг, инициаторами которых выступают ученые мирового уровня; в творческой деятельности по созданию буктрейлеров к научно-популярным книгам естественно-научной тематики их читателями. В основе этих процессов лежат медиатизация науки и трансмедийность экранных произведений. М.Е. Аникина пишет: «...мы понимаем медиатизацию как двусторонний процесс, в рамках которого взаимное влияние друг на друга оказывают массмедиа и различные сферы общественной жизни. Не составляет исключения и наука» [1. С. 16]. Трансмедийное экранное произведение, как утверждает Е.А. Глазкова, – «произведение, в котором на художественном, структурном, смысловом и повествовательном уровнях реализовано сложное сочетание различных видов медиа» [2. С. 267].

В современном обществе неуклонно возрастает роль естественно-научных знаний, которые все больше проникают из сферы, где работают профессионалы – исследователи в области естественных наук, в сферу повседневности, где абсолютно любой человек в быту ежедневно сталкивается с объектами и явлениями, в которых имеется естественно-научная база, основание их функционирования. Однако чаще всего лишь специалисты понимают, например, как и почему в физическом плане действуют те или иные приборы, что в биологическом и химическом смыслах едят люди и т.п. Р.А. Мигуренко отмечает: «Повседневность мыслится: а) как реальность, б) как обыденное сознание, в) как сфера рождения истин здравого смысла, г) как естественный язык» [3. С. 119]. Основная проблема понимания естественно-научных знаний как базиса объектов и явлений повседневности видится нам в том, что здравого смысла для такого понимания чаще всего оказывается недостаточно.

Если человек хочет *осознанно* жить в современном социуме, пронизанном неочевидными для неспециалистов естественно-научными знаниями, он ищет соответствующую информацию, представленную в доступной для него форме. И в этом отношении существенную помощь ему может оказать обращение к научно-

популярной литературе. Сегодня мы наблюдаем своего рода ренессанс подобной литературы в России. Активно издаваемая и столь востребованная в советское время, она пережила период почти полного забвения в постсоветскую эпоху, лишь примерно пятилетие назад начав возрождение. Однако, по нашему мнению, это часть широкого русла, в котором сегодня *смешиваются* и другие формы популяризации науки (лекции, стендапы, «научные кафе», телевизионные и радиoproграммы, фильмы, интернет-сайты и т.д.), идет активное научное осмысление взаимодействия и противостояния культур: с одной стороны естественно-научной и технической, с другой – гуманитарной [4], происходит освоение возможностей научного искусства [5], естественно-научных и технических музеев [6], что демонстрирует множество диссертационных исследований на данные темы. Эта бурно развивающаяся среда составляет контекст для появления сегмента изданий, в которых заложена идея способствовать получению и эффективному усвоению естественно-научных знаний, которые имплицитно для неспециалиста присутствуют в повседневной бытовой жизни современного человека.

Примерами подобных изданий могут служить книги «Ингредиенты: Химия и алхимия гастрономического творчества» А. Бузари в переводе с английского издательства «Альпина Паблишер» (2017) и «Как все работает: Законы физики в нашей жизни» Л.А. Блумфилда в переводе с английского издательства «Corpus» (2017). Общая черта этих двух изданий в аспекте содержания – объяснение естественно-научной сути бытовых объектов и явлений. Единая для обеих книг характеристика в плане формы – активное использование иллюстративных материалов, призванных наглядно демонстрировать эту суть. Фактически эти издания строятся на так называемых «текстах новой природы», когда, как указывают Т.Г. Галактионова и Е.И. Казакова, «на смену достаточно традиционной вербальной конструкции, дополненной иллюстрациями и элементами простейшей графики (таблицы, схемы, диаграммы), приходят тексты, для которых характерны гипертекстуальность, синтез мультимедийности и вербальных структур, актив-

ное использование инфографики, интерактивной графики, дополненной реальности и других возможностей коммуникации» [7. С. 227]. В нашу эпоху визуализации, широкого распространения в массовой культуре комиксов, графических романов идея использования «текстов новой природы» в целях популяризации науки представляется актуальной и своевременной. В анализируемых нами изданиях «тексты новой природы» реализуются подчас весьма изобретательно. Так, в книге «Ингредиенты: Химия и алхимия гастрономического творчества» главу о воде художник-иллюстратор оформил с помощью акварели, главу о жирах – маслом и т.д.

Обратим внимание на то, что рассматриваемые издания не только функциональны, но и эстетичны. Их приятно держать в руках, листать, рассматривать. В этом мы видим существенный момент, способный мотивировать прочтение или хотя бы просмотр книги, особенно если учесть, что в современном социуме так ценится эстетическое, причем эстетическое на уровне массовой культуры (достаточно вспомнить невероятную популярность инстаграма, где люди чаще всего ищут именно «красивые картинки»). Однако эстетика изучаемых нами изданий еще и полезна для адекватного, эффективного восприятия и понимания сведений, в них заключенных. «...Построение страницы с соблюдением законов восприятия информации (композиционное, цветное, символическое и др.) оказывает влияние на понимание информации, поскольку они адаптированы к умственным процессам и отвечают ожидаемому результату, – утверждает В.Э. Шевченко. – Ведь “красивое” в данном случае означает – качественно организованное, адаптированное к контексту» [8. С. 51–52].

Аналогичные тенденции развития популяризации естествознания на основе обращения к «культуре повседневности» и с использованием «текстов новой природы» заметны не только в сфере книгоиздания. В начале работы мы упоминали о том, что формы популяризации науки очень многообразны. В частности, аналогами интересующих нас книжных изданий могут быть научно-популярные лекции в стиле «физика на кухне» и т.п. Поэтому можно говорить о том, что рассматриваемые в настоящей работе

книжные издания, раскрывающие естественно-научные основания повседневности, – это часть большой системы современных форм популяризации науки.

Популяризация естественных наук и сама должна становиться частью повседневности, когда человеку ненавязчиво предлагается знание, способное объяснять, как и почему функционируют те или иные объекты, явления, с которыми он постоянно сталкивается в своей жизни. «Человек оказывается в бесконечном потоке разнообразной информации, становится жертвой “клипового” мышления», – констатирует, говоря о повседневности, Н.И. Правовская [9. С. 121]. В этот поток могла бы быть встроена популяризация науки по аналогии с тем, как уже сегодня встроена реклама [10], в том числе реклама социальная.

Говоря о другом направлении проникновения естественно-научного знания в повседневность, захватывающем современные художественные фильмы и выходящие по их мотивам научно-популярные книги, обратимся к анализу конкретного примера. Шведская королевская академия наук 3 октября 2017 г. объявила лауреатов Нобелевской премии по физике, в числе которых американский физик и астроном Кип Стивен Торн. Однако Кип Торн не только ученый, опубликовавший научные статьи, монографии, учебники, но и автор научно-популярных книг, а также автор идеи, научный консультант и исполнительный продюсер научно-фантастического фильма. На примере его деятельности мы рассмотрим зарождающийся в наши дни феномен медиатизации естественных наук, которые всегда мыслились как весьма «закрытые» для неспециалистов, но сегодня все чаще становятся частью массовой культуры за счет ретрансляции проблем и достижений естествознания с помощью различных медиа.

В России имя Кипа Торна широкая аудитория узнала в 2014 г. благодаря выходу на экраны кинотеатров фильма «Интерстеллар», посвященного теме космоса. Этот фильм был задуман и снят не просто как художественный, а как не противоречащий теориям и законам современной астрофизики и получил множество положительных отзывов профессиональных физиков и астрофизиков, в

том числе известных популяризаторов естествознания Стивена Хокинга и Митио Каку, отмечавших его научную достоверность. Стоит упомянуть, что доступ к одному из трейлеров к фильму «Интерстеллар» предполагал определенные «научные усилия» со стороны зрителей: на официальном сайте фильма им нужно было ввести комбинацию цифр, предварительно разгадав ее, глядя на созвездие в звездном небе.

Вслед за фильмом в 2015 г. в издательстве «Манн, Иванов и Фербер» был подготовлен к печати перевод англоязычного издания К. Торна «The Science of Interstellar» 2014 г. под названием «Наука за кадром: Интерстеллар» (тираж 3000 экземпляров). Эта книга объясняет такие феномены, как гравитация, черные дыры, пятое измерение и др., визуально представленные в фильме. Фактически мы имеем дело с процессом новеллизации, обратным по отношению к значительно чаще встречающемуся процессу экранизации. Данная книга не первая научно-популярная работа К. Торна, но именно она под влиянием фильма оказалась особенно популярной у массовой аудитории читателей. В 1994 г. он написал научно-популярную книгу «Black Holes and Time Warps: Einstein's Outrageous Legacy», на русском языке опубликованную только в 2009 г. Издательством физико-математической литературы и названную «Черные дыры и складки времени: Дерзкое наследие Эйнштейна». Она вышла в свет не столь значительным тиражом (700 экземпляров) и в то время не приобрела особой известности. Прокат фильма «Интерстеллар» пробудил интерес к этой уже достаточно давно опубликованной книге. Но и издание «Наука за кадром: Интерстеллар» дало толчок впервые посмотреть или еще раз увидеть фильм, как пишет в краткой рецензии один из читателей: «Теперь думаю, где бы пересмотреть сам фильм».

Выступая на пресс-конференции на физическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова в ноябре 2016 г., К. Торн рассказал журналистам о том, что он работает над новым проектом художественного фильма, в основу которого будут положены современные естественно-научные представления, и этот фильм не связан с фильмом «Интерстеллар».

Таким образом, Кип Торн – ученый-физик, который на собственном примере показал, что в современных условиях усложнения естественно-научных знаний возможно сделать их достоянием большого числа неспециалистов, причем и тех людей, которые ранее вовсе не интересовались естественными науками. Качественная медиатизация естествознания без погони за ложными сенсациями и нужна для того, «чтобы такие гуманитарии, как я, наконец-то поняли что-то в теории относительности и астрофизике», как пишет в отзыве один из зрителей и читателей произведений К. Торна. Тексты (в широком смысле) лауреата Нобелевской премии по физике становятся доступными многим. На наших глазах происходит размывание границ между специальным и универсальным знанием, соединение элитарной и массовой и культур [11].

Третье направление, в котором угадывается интеграция естествознания в повседневность, – это создание буктрейлеров для научно-популярных изданий обычными читателями. Буктрейлер – относительно новое явление по сравнению с трейлерами к фильмам, прежде всего художественным. Буктрейлер представляет собой короткий видеоролик (в среднем от трех до восьми минут), передающий сюжет, атмосферу или же основную идею книги. Первоначально буктрейлеры создавались для литературно-художественных изданий, произведения в которых имели сюжет и создавали определенную атмосферу. И в этом отношении такие буктрейлеры очень близки к трейлерам художественных фильмов. В дальнейшем начали разрабатывать буктрейлеры для изданий, которые все чаще называют изданиями non-fiction. Для таких роликов главенствующей стала основная идея произведения и отчасти формируемая им атмосфера.

Буктрейлеры рассматриваются в первую очередь как новое средство рекламы книги [12], встраиваемое в маркетинговые коммуникации в современном книжном деле [13]. Основная функция буктрейлера – привлечь внимание читателя, заинтересовать его, чтобы он приобрел книгу. Кроме того, о буктрейлерах говорят как о новом средстве педагогического воздействия, направленного на развитие читательской активности обучающихся в общеобразовательных

школах [14]. В буктрейлерах также можно усмотреть новый специфический и вполне самостоятельный медиажанр [7. С. 289].

По нашему мнению, буктрейлеры можно исследовать с позиций их роли в медиаобразовании, как средство, формирующее компетенции человека, способного активно и эффективно ориентироваться в современной медиасреде. И в этом случае наиболее востребованным оказывается создание буктрейлеров не издательством, рекламным агентством или какой-либо иной организацией, а именно читателем. Читатель здесь не потребитель, но творец.

В данной работе нас будут интересовать буктрейлеры для научно-популярных книжных изданий естественно-научной тематики, снятые обычными читателями, как средства медиаобразования, расширяющие медиакомпетенции этих читателей. Мы считаем, что любые (не только рассмотренной ранее категории) качественные научно-популярные книги по естествознанию сегодня играют очень важную роль в социуме не только в плане просвещения, как это было в XIX и XX столетиях, но и в смысле информационно-психологической адаптации человека в мире, где естественно-научные знания стали неотъемлемой частью повседневности, пронизанной информационными потоками средств массовой информации, содержащими различные (ложно-сенсационные, истинные) сообщения естественно-научного характера, а также наполненной разнообразными объектами и явлениями техники и технологий, медицины и сельского хозяйства, имеющими естественно-научный базис и задействованными в быту. Человек должен ориентироваться в этой информационной и материальной среде.

Целенаправленно стимулировать подготовку буктрейлеров читателями, как показала практика, можно благодаря организации конкурсов буктрейлеров. Первый конкурс буктрейлеров, создаваемых самими читателями, в России проводился в 2011 г. А.Г. Сидорова в связи с этим отмечает: «Организационная группа проекта конкурса буктрейлеров “Сними книгу” состояла из сотрудников Отделения связей с общественностью Алтайского государственного университета (АлтГУ) и Центра чтения “Мир книги” Алтайской краевой универсальной научной библиотеки

им. В.Я. Шишкова (АКУНБ). Конкурс проводился в рамках проекта “Литературное достояние Алтая” по продвижению творчества писателей, создавших яркий образ Алтая в своих произведениях» [15. С. 83]. Однако это был конкурс буктрейлеров к литературно-художественным книгам.

Первый конкурс подготовленных читателями буктрейлеров научно-популярных изданий в России был организован в 2013 г. [16. С. 90]. Оргкомитет премии в области научно-популярной литературы «Просветитель» объявил о создании специальной номинации в рамках Всероссийского конкурса-парада буктрейлеров 2013 г., и любой желающий мог создать видеоролик по книгам лауреатов и финалистов премии всех сезонов. Присланные работы оценивались по трем критериям: информативность, сила промо-воздействия, оригинальность содержания и исполнения. Подчеркнем, что премия «Просветитель» с 2009 г. разделена на два направления: гуманитарное и естественно-научное.

Буктрейлеры к научно-популярным книжным изданиям по естественным наукам, создаваемые силами непосредственно читателей, становятся выражением креативной свободы человека, развивают его творческие начала. Однако более значимой нам кажется их другая функция – функция медиаобразования. Самостоятельное творчество читателей научно-популярных книг по естествознанию в области подготовки буктрейлеров к ним – важное направление расширения медиаграмотности, охватывающей в том числе и качественное восприятие естественно-научных знаний неспециалистами. Медиаграмотность постепенно становится элементом повседневности, ведь без нее обыденная жизнь современного человека существенно обедняется и даже затрудняется.

Современный человек живет в стремительно меняющейся материальной и информационной среде, пронизанной естественно-научными знаниями. Благодаря усилиям авторов, редакторов, режиссеров, маркетологов современный человек не только приобретает вполне конкретные естественно-научные знания, но и получает возможности для повышения уровня своего медиаобразования, что очень важно в таких условиях.

Литература

1. Аникина М.Е. Медиатизация науки в России: социологическая перспектива // Актуальные проблемы медиаисследований – 2018: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ. М. : Фак. журналистики МГУ, 2018. С. 16–17.
2. Глазкова Е.А. Художественно-выразительное своеобразие трансмедийных экранных произведений : дис. ... канд. искусствоведения. М., 2017. 269 с.
3. Мигуренко Р.А. Повседневность, здравый смысл и проблема сознания // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 2. С. 114–121.
4. Игнатова М.П. Проблема «двух культур» в истории культуры середины XX – начала XXI веков : автореф. дис. ... канд. культурологии. Саратов, 2016. 20 с.
5. Левченко О.Е. Освоение природы средствами сайнс-арта: «естественное» и «технологическое» : автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2016. 26 с.
6. Филякова А.К. Технический музей в формировании научного мировоззрения : автореф. дис. ... канд. культурологии. СПб., 2017. 26 с.
7. Галактионова Т.Г., Казакова Е.И. Приобщение к чтению путем освоения текстов новой природы // От года литературы – к году чтения. М., 2016. С. 224–235.
8. Шевченко В.Э. Эффективность восприятия медиаинформации: визуализация контента // Информационная безопасность регионов. 2013. № 2. С. 45–52.
9. Правовская Н.И. Повседневность в аксиологическом измерении // Вестник Чувашского университета. 2012. № 4. С. 118–121.
10. Дроздова А.В. Повседневность и реклама как взаимопорождающие феномены социальной реальности // Теория и практика общественного развития. 2011. № 8. С. 111–113.
11. Кондаков И.В. Массовая культура: опыт теории относительности // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 5. С. 516–523.
12. Шевцова Н.В. Отечественные буктрейлеры: проблема эффективности коммуникативной тактики // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22. С. 289–293.
13. Зими́на Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2. С. 170–179.
14. Сибильская С.С. Буктрейлер как средство повышения читательской активности школьников // Наука и образование: новое время. 2017. № 1. С. 351–358.
15. Сидорова А.Г. Конкурс буктрейлеров «Сними книгу»: к вопросу о новых технологиях рекламы книг в России // Библиосфера. 2013. № 1. С. 83–85.
16. Шевцова Н.В. Проблема заданности контента в буктрейлерах к произведениям литературы non fiction // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2014. № 1. С. 90–93.

NATURAL SCIENCES AS PART OF DAILY OCCURRENCE: BOOKS AND MOVIES

Текст. Книга. Книгоиздание – Текст. Книга. Публикация, 2018, 17, pp. 5–17.

DOI: 10.17223/23062061/17/1

Irina S. Sokolova, Moscow Polytechnic University (Moscow, Russian Federation).

E-mail: irso@yandex.ru

Keywords: natural sciences, daily occurrence, books, movies, mediatization.

The modern person lives in the material and information environment penetrated by the natural-science knowledge. Actually, it becomes part of daily occurrence even if the person does not think of it. Today's food, medical care, household appliances are inseparably linked with this knowledge. The information environment by means of mass media constantly offers the person news about valid scientific achievements, discoveries in the sphere of natural sciences and at the same time false sensations; it immerses the person in the parascientific representations that pretend to be truly natural-science representations. Such conditions generate the need for orientation in the natural-science knowledge for the thinking person. Media environment responds to this requirement, creating media products that help natural sciences to enter the daily occurrence context. It is possible to allocate at least three key directions of this process. The first direction is the release of special popular scientific books that describe the natural-science basis of various natural-science objects, phenomena and processes, which are the cornerstone of household reality, in a clear and entertaining form. The second direction is the emergence of feature films and publication of popular scientific books after them that explain the natural-science phenomena shown in the films. What is important is that the initiators of such films and books are outstanding scientists, that is big science is available for the watching and reading person straight from the source. The third direction is the reader's and creative activities connected with the designing of book trailers to popular scientific editions on the topics of natural sciences stimulated in modern society, that is it is not publishing houses, advertizing agencies or any other organizations, but readers that create such transmedia products. The considered directions of advance of natural sciences in daily occurrence reveal two interconnected phenomena characterizing this process: the mediatization of natural sciences, when natural sciences influence media and media influence natural sciences, and the transmedia nature of screen works, which assumes coexistence of literary and screen works within one creative form. This refers to the mentioned feature films and the related books, as well as to book trailers on the basis of the editions. Thanks to efforts of authors, editors, directors, marketing specialists, the modern person not only acquires quite concrete natural-science knowledge, but also has opportunities for increasing the level of one's media education, which is very important in the conditions of the changing material and information environment.

References

1. Anikina, M.E. (2018) [Mediatiation of science in Russia: a sociological perspective]. *Aktual'nye problemy mediaissledovaniy – 2018* [Topical Problems of Media Studies – 2018]. Proc. of the Seventh International Conference. Moscow. May 18, 2018. Moscow: Moscow State University. pp. 16–17. (In Russian).
2. Glazkova, E.A. (2017) *Khudozhestvenno-vyrazitel'noe svoeobrazie transmedийnykh ekrannykh proizvedeniy* [Artsyic and expressive specificity of transmedia screen products]. Art Studies Cand. Diss. Moscow.
3. Migurenko, R.A. (2011) Everyday, common sense and problem of consciousness. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2(14). pp. 114–121. (In Russian).
4. Ignatova, M.P. (2016) *Problema “dvukh kul'tur” v istorii kul'tury serediny XX – nachala XXI vekov* [The problem of “two cultures” in the history of culture of the mid 20th – early 21st centuries]. Abstract of Culturology Cand. Diss. Saratov.
5. Levchenko, O.E. (2016) *Osvoenie prirody sredstvami sayns-arta: “estestvennoe” i “tehnologicheskoe”* [Understanding nature by means of science-art: “natural” and “technological”]. Abstract of Culturology Cand. Diss. Moscow.
6. Filyakova, A.K. (2017) *Tekhnicheskii muzey v formirovaniі nauchnogo mirovozzreniya* [Technical museum in the formation of a scientific worldview]. Abstract of Culturology Cand. Diss. St. Petersburg.
7. Galaktionova, T.G. & Kazakova, E.I. (2016) Priobshchenie k chteniyu putem osvoeniya tekstov novoy prirody [Reading acquisition by texts of a new nature]. In: Askarova, V.Ya. (ed.) *Ot goda literatury – k veku chteniya* [From the Year of Literature to the Century of Reading]. Moscow: Interregional Centre for Library Cooperation. pp. 224–235.
8. Shevchenko, V.E. (2013) Efficiency of media information perception: visualization of the content. *Informatsionnaya bezopasnost' regionov – Information Security of Regions*. 2. pp. 45–52. (In Russian).
9. Pravovskaya, N.I. (2012) Povsednevnost' v aksiologicheskom izmerenii [Everyday life in the axiological dimension]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta – Bulletin of the Chuvash University*. 4. pp. 118–121.
10. Drozdova, A.V. (2011) Povsednevnost' i reklama kak vzaimoporozhdayushchie fenomeny sotsial'noy real'nosti [Daily life and advertising as mutually generating phenomena of social reality]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya – Theory and Practice of Social Development*. 8. pp. 111–113.
11. Kondakov, I.V. (2017) Mass culture: The experience of the theory of relativity. *Observatoriya kul'tury – Observatory of Culture*. 14(5). pp. 516–523. (In Russian). DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-5-516-523
12. Shevtsova, N.V. (2013) Otechestvennye buktreylery: problema effektivnosti kommunikativnoy taktiki [Russian booktrailers: the problem of communicative tactics effectiveness]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 22. pp. 289–293.

13. Zimina, L.V. (2012) Buktreylery v sisteme reklamno-marketingovykh kommunikatsiy knizhnogo dela [Booktrailers in the system of advertising and marketing communications of the book business]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy: Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela*. 2. pp. 170–179.

14. Sibilsкая, S.S. (2017) Buktreylery kak sredstvo povysheniya chitatel'skoy aktivnosti shkol'nikov [Booktrailers as a means of increasing the readership activity among schoolchildren]. *Nauka i obrazovanie: novoe vremya*. 1. pp. 351–358.

15. Sidorova, A.G. (2013) Competition of book trailers “Shoot the Book”: on the problem of new advertising technologies in Russia. *Bibliosfera – Bibliosphere*. 1. pp. 83–85. (In Russian).

16. Shevtsova, N.V. (2014) Problem of Content in Booktrailers for Non Fiction Literature. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya – Sign: the problem field of media education*. 1. pp. 90–93. (In Russian).