

Trailery książkowe jako eskorty książek. Charakterystyka gatunku

DOROTA PIEKARCZYK*

CITATION: Piekarczyk D., 2024, Trailery książkowe jako eskorty książek. Charakterystyka gatunku, „*Stylistyka*” XXXIV: 197–215, <https://doi.org/10.25167/Stylistyka34.2024.10>

1. Uwagi wstępne

Zmiany na rynku książki, spowodowane zwłaszcza upowszechnieniem Internetu, pojawieniem się e-booka i czytelników książek, powstaniem mediów społecznościowych, a przede wszystkim niezależnego rynku wydawniczego, wymusiły na wydawcach konieczność poszukiwania nowych form komunikowania się z czytelnikiem (Śmigiel 2018). Jedną z takich form, rozwijających się bardzo intensywnie w ciągu ostatnich lat, jest trailer książkowy (ang. *book trailer*, *teaser*; zwiastun). Choć jego publiczna „kariera” jest faktem, dotąd poświęcono mu stosunkowo mało uwagi¹, a wydaje się to temat ważny i ciekawy, ponieważ – jak stwierdza Łukasz Śmigiel – wiąże się „z kwestiami fundamentalnymi dla tworzenia skutecznej komunikacji w dynamicznie roz-

* <https://orcid.org/0000-0002-8859-7897>, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, Polska, dorota.piekarczyk@mail.umcs.pl

¹ Powstałe dotąd prace (przywołane w tym artykule) skupiają się też jedynie na trailerach do książek z kategorii literatura piękna.



wijającej się przestrzeni online: komunikacji pomiędzy czytelnikami, autorami a producentami książkowych zwiastunów” (Śmigiel 2021: 71).

Polscy wydawcy szybko wykorzystali fakt rosnącej popularności tej formy komunikowania się i wypełnili nią całkiem sporą przestrzeń medialną². Nie bez znaczenia było to, że książkowy trailer jest takim „narzędziem do komunikacji o książce, które jest wręcz stworzone dla nowych, młodych grup odbiorców różnorodnych mediów, w szczególności internetowych” (Śmigiel 2021: 74). Nie oznacza to, że wydawcy nie otworzyli się np. na inne grupy odbiorców, przeciwnie – zróżnicowanie grup odbiorców, a przede wszystkim różnorodność samych trailerów i książek, jakie zapowiadają, były tym, co skłoniło mnie do podjęcia badań nad trailerem książkowym i jego tekstowymi realizacjami.

Sam trailer (filmowy) jako tekst kultury ma stosunkowo krótką historię, która rozpoczęła się w Stanach Zjednoczonych w czasach kina niemego. Początkowo składał się ze statycznych slajdów zawierających tytuł filmu, wizerunki aktorów i wybrane sceny (Mostowska 2007: 182). Na jego ewolucję wpłynął rozwój kinematografii i reklamy, skutkując tym, że trailery „stały się terenem coraz bardziej świadomego wykorzystywania technik reklamowych, większej kreatywności i bardziej wyszukanego stylu” (Rosiński 2016: 84).

Jeszcze krótszą historię ma jego wariant – trailer książkowy. Zainicjował ją w 1994 roku film zapowiadający książkę *Amnesia* Douglasa Coopera (Pawlicka 2009). Pierwsze, wykonane amatersko zwiastuny szybko zostały zastąpione przez profesjonalne trailery, przygotowywane przez specjalistyczne firmy. W 2002 roku opatentowana została nazwa *book trailer* jako znak towarowy (Sanders 2017: 70).

W krótkim czasie popularność trailerów stała się na tyle widoczna, że poświęcono im specjalne poradniki, w których uczono zasad skutecznego ich przygotowywania. Rekomendowano, by np. je „skracać [...] do długości jednej minuty, często zmieniać ujęcia, zwracać uwagę na pokazanie okładki i kluczowych scen, stosować zewnętrzną narrację lektora, używać dodatkowych grafik, ciekawego tła oraz podkładu dźwiękowego” (Jelen, McCallister 2014: 221).

² Nie dysponowałam, niestety, danymi pokazującymi, jak duża jest to przestrzeń. Różnorodność miejsc, w jakich trailery są zamieszczane, uniemożliwiała mi samodzielne ich oszacowanie. Na podstawie zebranego przeze mnie materiału mogę natomiast przypuszczać, że w polskiej przestrzeni internetowej liczba trailerów sięga kilku tysięcy.

Trailer książkowy, podobnie jak jego kinowy poprzednik, powstał jako krótki materiał promocyjny, który miał poinformować o powstaniu danego dzieła, zapowiedzieć jego premierę i zachęcić odbiorców do jego poznania. Od początku miejscem publikacji zwiastuna stał się Internet, a zatem przestrzeń odmienna niż w wypadku trailera filmowego, sprzyjająca twórcom i odbiorcom, zachęcająca do tworzenia różnych społeczności i dzielenia się treściami. Zwiastuny są obecnie zamieszczane na stronach autorów, wydawnictw, księgarń, a przede wszystkim na platformach social mediów (np. YouTube, Instagram), ponieważ tam odbiorcy mają do nich największy i najlepszy dostęp.

Trailer książkowy jako podgatunek trailera dzieli z nim nie tylko wspomniane już cechy. Oba typy tekstu są też multimodalnymi złożonymi znakami³: wykorzystują dźwięk (muzyka, głos, cisza) i obraz (zdjęcia, obrazy dynamiczne) oraz teksty językowe, które łączy wspólna intencja – poinformowanie o powstaniu czegoś i zachęcenie do zapoznania się z tym. Oba typy przekazów mają przede wszystkim wywołać u odbiorcy określone emocje, zaciekawić go, dlatego strona informacyjna schodzi w nich zwykle na drugi plan. Trailer książkowy wypracował już jednak własne cechy, techniki i sposoby przekazu i im postanowiłam przyjrzeć się bliżej.

2. Cel badań, metoda badawcza i materiał

Z uwagi na to, że moim celem jest zbadanie trailera książkowego właśnie jako podgatunku trailera, przyjmuję – zgodnie z ujęciami współczesnej genologii (np. Witosz 2005), a zwłaszcza metodą badawczą stworzoną i rozwijaną przez Marię Wojtak (zob. np. 2004, 2019a, 2019b) – że sam gatunek: (1) jest modelem organizacji wypowiedzi, (2) zbiorem reguł komunikacyjnych i (3) ujawnia się w różnych realizacjach tekstowych. Podążając za koncepcją Wojtak, będę dążyć – poprzez zbadanie zbioru konkretyzacji trailera (tekstów podobnych pod względem formalnym, semantycznym i stylistycznym) – do ukazania wzorca gatunkowego oraz sposobu, w jaki kształtuje się pole gatunkowe, charakterystyk, jakie można przypisać wariantom wzorca, oraz funkcji, które

³ Pojęciem znaku posługuję się tu w ujęciu semiotycznym, obejmującym wszelkie przedmioty (konkretne i abstrakcyjne, proste i złożone), które mają wartość semantyczną. Teksty kultury rozumiem jako podgrupę znaków, które stanowią wewnętrznie złożoną, zorganizowaną i uporządkowaną całość (czyli strukturę znakową, jak np. dzieło muzyczne, architektoniczne, literackie), natomiast teksty językowe traktuję jako elementy tej podgrupy.

mają one spełniać. Dodatkowo na trailer chciałabym spojrzeć jako na specyficzny gatunek tekstu, a mianowicie – gatunek paratekstowy.

Wprowadzając pojęcie paratektstu, odwołuję się do dobrze dziś rozwiniętej w badaniach językoznawczych i literaturoznawczych koncepcji paratekstualności, której twórcą był Gérard Genette (1982). Według Genette’a paratekstualność to składnik transtekstualności – jedna z pięciu relacji wiążących dany tekst z innymi tekstami. Tym, co odróżnia paratekstualność od innych relacji, jest fakt, że zachodzi między tekstem a jego eskortami (jak wywiady, zajawki, okładki, plakaty), które tworzą „otokę (zmienną) tekstu, niekiedy komentarz oficjalny lub półoficjalny” (Genette 1992: 320). Genette z jednej strony uznawał, że parateksty pełnią funkcje drugorzędne, pomocnicze, z drugiej zaś – że tworzą sferę specyficzną, „najbardziej uprzywilejowaną”, gdyż są miejscem transakcji autora i wydawcy z czytelnikiem (Genette 1987: 8; 1992: 320). Wykorzystując koncepcję Genette’a, a zwłaszcza zaproponowany podział paratekstów, można nie tylko powiedzieć, że trailery są epitekstami edytorskimi (czyli paratekstami przygotowanymi przez wydawców i występującymi niezależnie od tekstu, jaki eskortują), ale również zaliczyć je do gatunków paratekstowych (zob. Loewe 2007).

Tym, co pozwala wyróżnić gatunki paratekstowe w tym zbiorze, jest fakt, że tylko dla nich „akompaniowanie” innemu tekstowi – prezentowanie go i zachęcanie do jego lektury – jest ich cechą konstytutywną (np. dla listu, wywiadu, pamiętnika – jest to cecha fakultatywna, którą mogą realizować jedynie konkretne reprezentacje gatunku).

Przy charakterystyce trailera i wpisywaniu go w określony paradygmat badawczy równie ważne jest dla mnie to, że stanowi on szczególnie rodzaj tekstu kultury, który nie tylko prezentuje tekst właściwy i poprzedza jego lekturę, ale także (z tego powodu) w dużym stopniu steruje interpretacją tego tekstu przez czytelnika. Trzeba go zatem uznać za element mechanizmu prerecepcji, o którym przekonująco pisał Marcin Rychlewski (2013: 84–107). Trailer (tak jak okładka, którą analizował Rychlewski; zob. też Piekarczyk 2020) jest bowiem rodzajem interpretacji reklamowej, parafrazy w innym systemie znakowym, która ukierunkowuje recepcję czytelniczą. Dzięki niemu tekst eskortowany jeszcze przed lekturą dociera do odbiorcy wstępnie już zinterpretowany. Oznacza to również, że trailer kreuje pewne oczekiwania odbiorców w stosunku do tekstu. Zważywszy na wspomniany na początku

ogromny rozwój tej formy komunikowania, roli trailerów w społecznym procesie obiegu i odbioru książek nie można więc nie doceniać.

Z uwagi na rozległość przestrzeni, w jakiej trailery są zamieszczane, podstawą swoich badań uczyniłam filmy zamieszczane wyłącznie na YouTube w ramach polskich oficjalnych kanałów wydawniczych. Wybór YouTube'a nie był przypadkowy – jest to bowiem platforma mająca największy zakres oddziaływania, gromadząca ok. 90% użytkowników Internetu (Jas 2020). Zebrany stąd materiał – liczący ponad 500 trailerów – pozwala zatem na wyciąganie miarodajnych wniosków.

3. Pole gatunkowe trailera – analiza materiału

Swoją analizę chciałbym rozpocząć od tytułów, tzn. od przyjrzenia się sposobom tworzenia tytułów i funkcjom, jakie mają pełnić. Warto zauważyć na wstępie, że sam fakt tytułowania trailerów⁴ sugeruje, że pomimo ich podporządkowania innemu tekstowi tworzą one (i są postrzegane jako) w miarę autonomiczne znaki o wyrazistej ramie.

Analiza materiału pozwala mi stwierdzić, że najprostszym sposobem tworzenia tytułów trailerów jest wykorzystanie tytułu (i nazwiska autora) eskortowanej książki: *Silniejszy każdego dnia* (SQN)⁵; *Tomasz Lipko*, „*Login*” (WL); *Joanna Brodzik* „*Umami*” (Z); *Drobinki nieśmiertelności – Jakub Ćwiek* (SQN). Zabieg ten pozwala internaucie skupić całą uwagę na książce jako obiekcie prezentacji. Tylko nieco bardziej złożone są tytuły zawierające oprócz tytułu eskortowanego tekstu (i nazwiska autora) nazwę gatunkową filmu (*trailer*, *zapowiedź*, *zwiastun*, *traser*), np.: *Stróże | Official Trailer* (SQN); *Filmowa zapowiedź „Exodusu” Łukasza Orbitowskiego* (SQN); „*Sprzedawca*” – *Krzysztof Domaradzki TEASER* (CO); *Stuart Turton „Siedem Śmierci Evelyn Hardcastle” book trailer* (A); „*Sweetbitter*” *Stephanie Danler – zwiastun książki* (O). Tak zbudowany tytuł oddaje z kolei wprost charakter oglądane-

⁴ Tytułowanie filmów w dużym stopniu zostało jednak wymuszone na wydawcach przez specyfikę platformy, jaką jest YouTube.

⁵ W całym artykule, przywołując poszczególne trailery, posługuję się ich tytułami, a w nawiasie podaję wydawnictwa, które je stworzyły i na których kanałach zostały zamieszczone. Wydawnictwa zaznaczam skrótami: A – Wydawnictwo Albatros, SD – Sonia Draga, CO – Czarna Owca, WO – Wydawnictwo Otwarte, WL – Wydawnictwo Literackie, WP – Wydawnictwo Poznańskie, Z – Znak, ŚK – Świat Książki, SQN – Sine Qua Non, R – Rebis, WUJ – Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, M – Marginesy, WCZ – Wydawnictwo Czarne, PiS-ka – Pruszyński i S-ka.

go przez odbiorcę materiału: ujawnia jego przynależność gatunkową (co jest kluczowe dla odbiorcy przy jego interpretacji), sugeruje jego „pomocniczą”, prezentacyjno-marketingową rolę, a jednocześnie eksponuje książkę, jaką zapowiada.

Trzecią grupę tytułów trailerów określiłabym mianem interpretujących, gdyż są efektem wydobywania i nazwania przez wydawcę takich cech książki, które (według niego) są cenne, atrakcyjne, wyjątkowe czy ciekawe. Cechy te dotyczą z reguły: tematyki książki („*Ronaldinho. Czarodziej piłki nożnej*” – *droga na piłkarski szczyt* [SQN]); jej specyfiki (*Kochany Święty Mikołaju to ciepła i pełna uroku opowieść o magii Bożego Narodzenia* [R]), wyjątkowości w dorobku autora czy na tle innych książek z danego gatunku (*Fenomenalny thriller Javiera Castillo!* [WL]; *Szczerza spowiedź samozwańczego boga futbolu | Zlatan Ibrahimović i jego najnowsza książka* [SQN]). Mogą także przybliżać makrostrukturę książki w wypadku, gdy jej tytuł (z racji np. wieloznaczności) nie podsuwa odbiorcy konkretnych ścieżek interpretacyjnych (*Piłsudski kontra japońska bogini. Robert J. Szmidt „Szpony Smoka”* [SQN]).

Czwartą i ostatnią kategorię tytułów tworzą te, które koncentrują się nie tyle na eskortowanym obiekcie, ile na samych trailerach: *Kostyra i Pindera polecają nieznaną historię Mike’a Tysona!* (SQN); *Billie Eilish opowiada o sobie* (SQN); *Poznajcie bohaterów książki „Sapiens. Opowieść graficzna”* (WL); *Stanisław Aronson o książce WOJNA NADEJDZIE JUTRO* (Z). Tytuły takie zdradzają: kto będzie podmiotem mówiącym w filmie (np. specjalista z danej dziedziny, sam autor), o czym będzie mówił (o sobie, bohaterach), jaki charakter będzie miał film (zwierzenie, wywiad, recenzja, rekomendacja, prezentacja).

Skoro celem trailera książkowego jest poinformowanie o pojawieniu się danej publikacji i zachęcenie do jej lektury, można założyć, że fizyczna prezentacja samej książki jest niezbędnym elementem każdego filmu. I rzeczywiście, założenie to w pełni potwierdza analiza zebranego materiału – choć filmy różnią się od siebie niekiedy w bardzo znaczący sposób, w każdym z nich znajdujemy zdjęcie okładki książki. Najczęściej zdjęcie takie pojawia się w strategicznym miejscu – na końcu trailera, tworząc drugi wyrazisty element ramy tekstowej. Co jednak istotniejsze, analiza wskazuje, że cały trailer może opierać się jedynie na prezentacji okładki. W ten sposób mówi o swoich publikacjach np. Świat Książki: znacząca część trailerów prezentuje zbliżenia na poszczególne elementy okładki – część przednią i tylną

czy grzbiet, czemu towarzyszy podkład muzyczny oddający klimat książki (*Magiczna chwila – Kristen Hannah – przepiękna edycja limitowana!*, *Hrabia Monte Christo – Aleksander Dumas*). Z tego właśnie powodu zdjęcie okładki uznać należy za obligatoryjny element trailera, a trailer wykorzystujący jedynie okładkę – za wariant kanoniczny gatunku.

Do wariantu kanonicznego zaliczyłabym też filmy, w których oprócz zdjęcia okładki – stanowiącego centralny element trailera – pojawiają się np. animowane napisy (nazwisko autora, tytuł: *Rozkład. O niedemokracji w Ameryce – wszystko, co musicie wiedzieć o polityce, USA, żeby ją zrozumieć* [Z]), rysunki z okładki lub nimi inspirowane (*Puste jest piekło. Elly Griffiths* [A]; *Dom – Piotr Kościelny (Trailer)* [CO]; *Wszystkie Twoje Kłamstwa – Harriet Tyce – trailer* [ŚK]; *Osobni – Katarzyna Franus (Trailer)* [CO]), teksty z okładki, takie jak opis handlowy czy recenzje (*Kroniki zbrodni. Zaginięcia, seryjni mordercy, sprawy, których do dziś nie udało się wyjaśnić* [Z]; *Olga Kamińska, #LOVE. Jak kochać w XXI wieku* [Z]; *Piotr Kościelny „Decyzja”* [CO]; *Słowik* [ŚK]; *„Pańszczyzna” Kamila Janickiego* [WP]; także w wersji zmodyfikowanej: *Drzewo migdałowe* [SQN]; *Zaczyna się „Operacja Retea”!* [CO]; *Sprawa Reinefartha* [ŚK]). Filmy z tej grupy z uwagi na niewielką liczbę elementów, jakie je tworzą, trwają przeciętnie 30–40 sekund i są najkrótszymi z trailerów.

Prostym (i dlatego najczęściej stosowanym przez wydawców) sposobem wzbogacania wariantu kanonicznego (a więc tworzenia wariantów alternacyjnych) jest wykorzystanie elementów pochodzących z wnętrza książki, np. zdjęć najciekawszych stron, zwłaszcza ilustracji, lub nowych, stworzonych na potrzeby filmu, ale utrzymanych w stylistyce książki, np. animacji fragmentów tekstów i ilustracji z książki. Tak skonstruowane są trailery: *„Życie” w ilustracjach Lisy Aisato* (WL); *Śnieżna siostra* (WL); *Słowiańskie boginie ziół Joanny Laprus – zwiastun* (ŚK); *Dzienniki Japońskie – spot* (ŚK); *Mała Syberia. Antii Tuomainen* (A). Szczególnie atrakcyjny (i dlatego często wykorzystywany) wydaje się ten ostatni sposób – odbiorca otrzymuje bowiem namiastkę filmowej adaptacji książki, jak w wypadku filmu *Nowe przygody bohaterów „Wielkiego Ogarniacza Życia”* (Z), w którym animacji rysunkowej, prezentującej życie codzienne bohaterów, towarzyszy opis z okładki:

Jej życie to nieustanna walka między spaniem a internetem. Chciałaby tracić kilogramy tak szybko jak pieniądze i cierpliwość. Co wieczór postanawia, że od jutra zmieni się

na lepsze, ale kiedy wstaje rano, przypomina sobie, że przecież jest idealna. I wtedy poznaje tego jedyne.

Pan Buk woli dobrze zjeść, niż podobać się byle komu. Gdyby nie związek z Panią Bukową, mógłby przeżyć całe życie w przekonaniu, że nie ma wad. Ale ona wie też, że czasem jedyne wyjście to wyjście na piwo, a on – że jeśli kobieta warczy i nie daje się przytulić, to trzeba odejść na bezpieczną odległość i rzucać w nią czekoladą. I to jest cenna wiedza.

Opis ten wieńczy wezwanie do czytelnika: „Ta książka pokaże wam, jak być razem i się nie pozabijać” (zob. też: *Poznajcie bohaterów książki „Sapiens. Opowieść graficzna”* [WL]; *Szamańska seria Anety Jadowskiej* [SQN]).

Prostszym w stosunku do omówionego wyżej chwytem, jednak rzadziej stosowanym, jest oparcie filmu na motywie „przeglądania” książki. Trailery takie w założeniu budowane są tak, by zastąpiły namacalny pierwszy kontakt czytelnika z książką, który nie tylko ogląda okładkę, ale też patrzy na spis treści, kluczowe rozdziały, przegląda materiał ilustrujący tekst. Motyw kartkowania książki i zatrzymywania się na najciekawszych jej stronach wykorzystany został np. w trailerach: *Juventus. Ilustrowana historia Starej Damy* (SQN); *Oficjalny album o serialu Friends* (SQN); *Sekretne życie zębów* (SD), *Historia muzyki dla dzieci* (R); *Katja Pantzar „Odnaleźć sису”* (WUJ). Regułą jest, że w ten sposób prezentowane są edycje limitowane, kolekcjonerskie, ilustrowane czy wznowienia – szata graficzna książki jest tu bowiem tym, co ma zachęcić odbiorcę do sięgnięcia po (niekiedy znaną już) pozycję.

Na okładkach książek często pojawiają się fragmenty tekstu zasadniczego, które mają dać czytelnikowi przedsmak tego, co znajdzie wewnątrz. Jest to sprawdzony sposób tworzenia „zaproszenia do wnętrza” (zob. Piekarczyk 2020). Nic zatem dziwnego, że jest wykorzystywany również w trailerach. Wybrany fragment książki jest podstawą całego trailera, np. w: *Drobinki nieśmiertelności – Jakub Ćwiek* (SQN); *Strefa dobrego zasięgu* (Z); *Mikrobiom. Najmniejsze organizmy, które rządzą światem* (WUJ). Fragment taki (czytany przez lektora lub zapisany): prezentuje głównego bohatera, przybliża akcję i jej główny wątek (w wypadku tekstów literackich: *Jacek Dukaj, „EXTENSA” – audiobook już jest!* [WL]; *Piast. Osobliwa historia o naszych korzeniach* [SQN]) lub wprowadza w problematykę książki (w wypadku tekstów naukowych, popularnonaukowych, biografii itp.: *Byłem fotografem w Auschwitz. Prawdziwa historia Wilhelma Brasiego* [Z]).

Oczywiście, w trailerze wybrany fragment funkcjonuje w otoczeniu innych znaków – najczęściej są nimi statyczne zdjęcia lub filmowa opowieść. Dzięki temu głos czytającego jawi się jako *voice-over* komentujący oglądany materiał, a całość – jako przekład słowa pisanego na materię filmową. Przykładowo w „*Empuzjon*” *Olgi Tokarczuk* (WL) twórcy wykorzystali archiwalną reklamę uzdrowiska Görbersdorf (miejsca, do którego przybywa bohater zarówno całej powieści, jak i fragmentów czytanych przez samą autorkę). Warstwie wizualno-językowej towarzyszy nostalgiczna muzyka fortepianowa, współtworząca klimat początku XX wieku i stylizująca trailer na film z tamtego okresu (nb. jest to jeden z najdłuższych trailerów – trwa 7 minut). W trailerze *Wojciech Chmielarz „WILKOŁAK”* (M), stylizowanym z kolei na horror, słyszymy historię metamorfozy bohatera w wilkołaka i oglądamy film, w którym mężczyzna kopie nocą w lesie dół (grób). Film *Assassin’s Creed. Aquilus* (SQN) przybliży natomiast najważniejsze elementy akcji (zapisane i odczytane) na tle animowanych rysunków z tytułowego komiksu. W wypadku tych trailerów widać wyraźnie także inspirację znanymi gatunkami i schematami, co nakazuje uznać je za realizację wariantu adaptacyjnego wzorca. Fragment tekstu autorskiego jest w nich podstawą wykreowanej filmowej opowieści.

Jedną z podstawowych funkcji trailera jest zachęta do lektury. Naturalne zatem wydaje się, że do jego stworzenia wykorzystywane będą gatunki, które zawierają w sobie eksplicytnie elementy zachęty (zaproszenie, recenzja, „polecajka”) i które sprawdziły się już jako eskorty tekstu głównego na okładce książki. I rzeczywiście, filmów nawiązujących do tych gatunków napotykałyśmy sporo i stanowią one wyraźne subpole wariantu adaptacyjnego. Ich wstępna analiza pozwala wydzielić tu dwie kategorie, które różnicuje podmiot mówiący: w pierwszej grupie jest nim sam autor, w drugiej – osoba niezwiązana ze stworzeniem książki.

Trailery, w których głos oddany jest samemu autorowi, są częstszym wypadkiem. Ten chwyt wykorzystywany jest zwłaszcza w wypadku autorów, którzy są sławni, rozpoznawalni czy mają już swoją czytelniczną publiczność. Wygłaszany przez nich tekst może być krótki – składać się tylko z prezentacji książki i zaproszenia do jej lektury (*Carla Montero o książce „Ogród kobiet”* [R]; *Joshua Weissman „Kuchnia bezwzględna”* [Z]), ale też może być obszerniejszym wprowadzeniem do niej – zdradzać kulisy jej powstania (*Podróż siódma – słów kilka o adaptacji* [WL]; „*Pierwsze znaki. Najstarsze symbole*

świata” – Genevieve von Petzinger [WUJ]; Elżbieta DZIKOWSKA pierwszy raz o swoim życiu [Z]), charakteryzować miejsce akcji, bohaterów (KLATWA – Maja Wolny [SK]), zapowiadać szczegółową problematykę (Dość katolipy! O Jezusie celebrycie [Z]; Maria Magdalena – czy to możliwe, że mamy o niej błędne wyobrażenie [Z]), wskazywać odbiorców, dla jakich pisał autor (James Montague zapowiada książkę „1312. Incognito wśród najbardziej fanatycznych kibiców na świecie” [SQN]; „Pulapka” Jacek Giedroń [Z]), czy też być własną autoprezentacją (Stanisław Aronson o książce „Wojna nadzieje jutro” [Z]). Ponadto trailer taki może przypominać nagranie audio-wideo charakterystyczne dla pewnych mediów (skype, wywiad TV: Premiera „O wschodzie” – Marcin Kydryński [ŚK]; „Naprawiacz” – Piotr Kuźniak zaprasza do lektury [Z]), ale też głos autora może być tzw. voice-over, który komentuje pokazywany film czy zdjęcia (Aneta Jadowska – „Trup na plaży i inne sekrety rodzinne” [SQN]) lub który „zamieniany jest” na tekst animowany, jaki wyświetla się przed oczami czytelnika (Instrukcja obsługi życia według ks. Piotra Pawlukiewicza [Z]; Wstań. Albo będziesz święty, albo będziesz nikim [Z]). Może też łączyć oba te sposoby („Pulapka” Jacek Giedroń [Z]).

Odautorską autoprezentację często wspierają inne (omówione szczegółowo wyżej lub niżej) sposoby tworzenia trailerów. Dzieje się tak zwłaszcza wówczas, gdy autor wchodzi w różne role społeczno-profesjonalne, a trailer wykorzystuje bliskie tym rolom gatunki. Przykładowo w trailerach Marek Krajewski o swojej powieści „Moloch” (Z) i Wojciech Chmielarz „Wampir” – w księgarniach od 18 listopada (WCZ) autorzy powieści mówią o realnych miejscach czy wydarzeniach, które ich zainspirowały, a narracje te przybierają kształt opowieści reporterskich. W pierwszym z filmów kamera koncentruje się na autorze, który – stojąc przed charakterystycznym budynkiem nazywanym *molochem* – opowiada jego historię. W drugim z filmów widzimy zdjęcia typowe dla filmu dokumentalnego (obrazy polskiej rzeczywistości), a autor snuje historię śmierci studenta. Książkę o ziołach w filmie *Dziki zioła sezonowo. 60 przepisów na zaskakujące potrawy z aromatycznymi chwastami w roli głównej* (Z) przybliży natomiast autor wcielający się w rolę zielarza oprowadzającego po lesie. Z kolei Małgorzata Czyńska w filmie „Witkacy i kobiety. Harem metafizyczny” (M) zachęca do swojej książki, dokonując fizycznej jej prezentacji (przeglądając i pokazując książkę).

Trailerów opartych na rekomendacji innych osób także nie daje się sprowadzić do jednego i prostego schematu. Po pierwsze, zróżnicowana bywa

sama długość tekstu językowego: od krótkich kilkuzdaniowych „polecajek”, przez bardziej rozbudowane recenzje, po opowieści wybrane z książki czy subiektywne wrażenia z lektury. Po drugie, sama rekomendacja może przybrać różne kształty: recenzji monologicowej (*Wielki Buk o albumie Friends. Przyjaciele na zawsze* [SQN]), rozmowy (*Kostyra i Pindera polecają nieznaną historię Mike’a Tysona!* [SQN]), filmu dokumentalnego (*Michał Fajbusiewicz o tym, co wydarzyło się w Glatzu* [SQN]) czy scenki z życia (*Skiba ciągle na wolności – Czytelnik w dresiku* [SQN]).

Widać też wyraźnie, że wydawcy dbają o to, by podmiotem mówiącym w takim trailerze była osoba o uznanym autorytecie, ceniona w środowisku, do którego należą czytelnicy modelowi danej książki, lub przynajmniej taka, z jaką czytelnicy mogą się utożsamić. Dlatego np. wspomnienia snajpera („*Pustynny Snajper. Jak zwykły Angol poszedł na wojnę z ISIS*” [R]) omawia generał Roman Polko, książkę o Agathcie Christie (*Agatha Christie między kryminałem a true crime – „czy wiesz, że”* [SQN]) recenzuje znana i wielokrotnie doceniona autorka m.in. podcastu kryminalnego Justyna Mazur, a autobiografię koszykarza (*Co Keepthebeat sądzi o autobiografii Kevina Garnetta? Zobacz zapowiedź książki „Od A do Z”!* [SQN]) – youtuber specjalizujący się w koszykówce.

W każdym z opisanych wyżej wypadków rekomendacja książki przez konkretną osobę jest filarem, na którym zbudowany jest cały trailer. Zdarzają się jednak i takie, w których rekomendacja jest jednym z ogniw bardziej złożonego filmu. Na przykład w trailerze *Oddział Zamknięty. Napiętnowani marzeniami* (SQN) jest to ostatnie, wieńczące ogniwo trailera, a dodatkowym atutem jest tu fakt, że książkę rekomenduje jej bohater i jednocześnie lider tytułowego zespołu.

W tym miejscu wyraźnie uwidacznia się fakt, że trailer książkowy bardzo mocno czerpie nie tylko z doświadczeń trailera filmowego, ale też z okładki książki, która jest pierwszym i najważniejszym paratekstem. Świadczą o tym zarówno cel i sposób wykorzystania recenzji sprawdzony na okładce, jak i – omówione już – wykorzystanie w filmie samej okładki, tworzenie animacji, które do niej nawiązują, budowanie wprowadzeń do książki na wzór widniejących na okładce opisów⁶.

⁶ Dla precyzji wywodu zaznaczę tu, że za realizację wzorca alternacyjnego uznaję trailery, które wykorzystują np. recenzje, fragmenty tekstu zasadniczego czy opisy, jakie pojawiają się na okładce (gdyż wzbogacają one schemat kanoniczny o elementy, jakie na okładce prezentowanej książki już są), natomiast

Do kategorii wariantu adaptacyjnego wzorca należą zwłaszcza trailery, których całościowy koncept oparty jest na odwołaniu do gatunków tekstów eskortowanych. Trailery wykorzystują w tym celu takie gatunki wprost lub ich filmowe odpowiedniki.

Kategorię trailerów adaptujących gatunek tekstu zasadniczego dobrze ilustrują eskorty przewodników czy poradników, w tym książek kucharskich: *Pełnia twoich możliwości* (WO); *Tatry dla dużych i małych – Czego dowiecie się z książki* (WL); *Ptakoterapia* (WUJ); *Strażniczka Swoich Granic – jak być wierną sobie, by wreszcie żyć tak, jak na to zasługujesz* (WO); „*Dieto-jarska kuchnia żydowska*” Fani Lewando (Z). Możliwościom wykorzystania np. porady, wskazówki czy przepisu (jako budulca poradnika/przewodnika) w trailerze sprzyjają krótka forma tekstu oraz jednoznaczna i czytelna intencja (ukierunkowana na dobro odbiorcy). Dla użytkowników sieci, a więc naturalnej przestrzeni trailerów, niemałe znaczenie ma też pewne ich podobieństwo do gatunków internetowych, jakim są Q&A (*Question and Answer*) czy FAQ (*Frequently Asked Questions*). Na przykład trailerowe przewodniki często przybierają formę pytań i skondensowanych odpowiedzi (*Peter Wohlleben* „*O czym szumią drzewa*” [WO]).

Adaptacje filmowych odpowiedników gatunku są zdecydowanie częstszym zjawiskiem, co wynika z pokrewieństwa samego trailera z filmem. Przykładowo jeśli tekst właściwy jest kryminałem, baśnią czy powieścią fantasy, trailer przyjmuje cechy tych właśnie gatunków filmowych; jeśli zapisem wspomnień, kroniką, narracją historyczną – cechy filmowego gatunku non-fiction, np. wspomnienia, reportażu, filmu dokumentalnego, kroniki filmowej. Tak konstruowany trailer uznać można z jednej strony za intersemiotyczny przekład słowa pisanego na materię filmową, a drugiej – za pierwszą próbę adaptacji tekstu językowego. W analizowanych przykładach adaptacja taka przejawia się na różnych poziomach: tekstowym, wizualno-obrazowym, dźwiękowym (zob. np. *Polowanie, wielokrotnie nagradzany mistrz thrilleru Bernard Minier powraca z nową powieścią* [R]; *Córka prezydenta, thriller autorstwa „dream teamu” – prezydenta Billa Clintona i Jamesa Pattersona* [R]; *Czy ktoś po latach szuka sprawiedliwości? „Osuwisko” Kinga Wójcik* [PiS-ka]; „*Ciche wody*” Sarah Moss (WP); *Kręgi* [Z]). W tej grupie trailerów daje się dostrzec dosyć dużą schematyzację, którą potęguje fakt, że odwołują się one

trailery budowane „od nowa”, choć zgodnie z konwencjami gatunkowymi tekstów z okładki – za elementy subpola adaptacyjnego.

do dość mocno skonwencjonalizowanych już dziś filmowych odpowiedników wymienionych gatunków. Przykładowo do takich przewidywalnych elementów warstwy wizualno-obrazowej trailerów-kryminałów należą: motyw pogoni/ucieczki, policyjne zdjęcia ciała ofiary czy inne z miejsca zbrodni, zbliżenia na narzędzie zbrodni (nóż, pistolet), elementy ludzkiego ciała (oko, usta, cała twarz), zdjęcia filmowane w ciemnościach, często zamglone, motyw burzy, deszczu. Konwencją trailerów jest też bardzo szybki montaż zdjęć, mający wprowadzić napięcie, pobudzić uwagę odbiorcy, „przykuć” go do prezentowanej filmowej narracji. W warstwie dźwiękowej dominuje głośna niepokojąca muzyka, na tle której pojawiają się charakterystyczne odgłosy strzałów, syreny policyjnej czy krzyki. Także teksty językowe wprowadzające do książek nie pozostawiają wątpliwości, o jaki gatunek chodzi – najczęściej wykorzystywane są leksemy z pola ZBRODNIA lub z nim kojarzone:

Skokujące porwania. Cudze grzechy, za które trzeba odpokutować. Pokolenia naznaczone mafijnym piętnem. (*Piętno mafii – thriller o polskiej mafii* [SD])

O podporządkowaniu całości trailera danemu gatunkowi filmowemu świadczy fakt, że jego część wstępna często przypomina czołówkę filmu – zamiast nazwisk członków ekipy filmowej i aktorów pojawiają się nazwiska twórców książki i jej bohaterów (*Dziewczyna z gór. Ogień – Małgorzata Warda* [PiS-ka]; *Seria thrillerów, którą pokochały tysiące czytelników – „Reina Roja. Czerwona Królowa” już w Polsce!* [SQN]; *Wiosna w Przylutnej – nowa powieść Katarzyny Michalak* [Z]). Niekiedy też twórcy trailerów korzystają z wyraźnych odwołań intertekstualnych i nawiązują do czołówek konkretnych (tzw. kultowych) filmów, np. *Siedem (Stróże | Official Trailer* [SQN]; *O północy w Czarnobylu. Nieznana prawda o największej nuklearnej katastrofie* [SQN]), filmów z Jamesem Bondem (*Była/zona – zwiastun thrillera Tess Stimson* [WO]; *„Diament śmierci” Matthew Hart – trailer* [R]).

Rzadkością nie są tu trailery, które właśnie dzięki wielokierunkowym nawiązaniom do innych tekstów kultury tworzą intertekstualne mozaiki mające dodatkowo dostarczyć odbiorcy intelektualnej zabawy. Przykładowo oglądając trailer *Przerwany sen Kashi* (ŚK) – czytelnik „rozszyfrowuje” nawiązania do znanych filmów popkultury, takich jak *Siedem*, *Gwiezdne wojny* czy *Matrix*, i próbuje na ich tle zinterpretować opis pochodzący z okładki:

2050, Warsaw City. Nowy europejski porządek. W tle kolejny kryzys na szczytach władzy Autonomii Polskiej, co nie pozostaje obojętne dla zwykłych jednostek biologicznych.

Kashia i jej bojówkarze otrzymują rozkaz przeprowadzenia spektakularnej akcji terrorystycznej...

Tak zaczyna się pełna sensacji i miłości, również tej niekonwencjonalnej, kronika życia pewnej kobiety. Od teraźniejszości po (nie)daleką przyszłość.

Kashia Berge. Z wyglądu cheerleaderka, z charakteru terrorystka. Mówią, że za pięknem kryje się dobro. A co, jeśli również i zło?

W wypadku trailerów eskortujących tekst z gatunku reportaż widać z kolei dbałość o to, by zapowiedź przypominała dokument filmowany w trakcie autentycznych wydarzeń lub przynajmniej w miejscu, w którym one się toczyły. Przykładami są tu: *Kim są ludzie, którzy decydują się zdobyć najwyższą górę świata?* (SQN); *Elizabeth Letts „Koń doskonały. Ratując czempiony z rąk nazistów”* (WUJ); *„Oddział zakaźny” – o pandemii bez cenzury* (SQN); *Mądre matki, dobre żony – nieznany obraz życia codziennego w Korei Południowej* (PiS-ka). Trailery te tworzą rodzaj skondensowanej i udratyzowanej relacji o faktach i prawdziwych ludziach. O autentyczności prezentowanej historii świadczyć mają zwłaszcza: zdjęcia stron prasowych i listów, fragmenty filmów dokumentalnych, wywiadów z uczestnikami zdarzeń itp. Ze sposobu, w jaki podkreślana jest owa autentyczność, można wnosić, że dla twórców jest ona podstawową siłą przekazu, decydującą o jego atrakcyjności.

Takie wielokierunkowe nawiązania trailera do danego gatunku filmowego (w jego warstwie wizualno-obrazowej, dźwiękowej i tekstowej) pełnią różne funkcje. Nie tylko sugerują odbiorcy, z jakim typem tekstu będzie miał do czynienia jako czytelnik prezentowanej książki (a identyfikacja gatunkowa danej wypowiedzi jest niezbędna do jej zrozumienia – Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009: 129), ale także dostarczają mu podstawowego klucza do jej interpretacji (np. sądów na temat realności opisywanych zdarzeń, jej bohaterów, wątku przewodniego, emocji, jakie może wywołać u czytelnika).

Warto odnotować, że pojawiają się także trailery „krzyżowe” w stosunku do opisanych. Powstają one jednak tylko do tekstów literackich i z zakresu literatury faktu. Notabene opierają się one na poręcznym, ale bardzo schematycznym podziale właśnie na gatunki literackie i nonfiction. Trailery eskortujące teksty literackie sięgają zatem po gatunki dziennikarskie, a książki nonfiction – po gatunki literackie. Zwiastun powieści szpiegowsko-historycznej *Operacja Rafael* (CO) wykorzystuje np. techniki znane z filmów dokumentalnych, trailer *Dokąd prowadzą ślady w śniegu?* (SQN) stylizowany jest na wiadomość telewizyjną, film *Wzgórze psów – Jakub Żulczyk* (ŚK) eskortujący thriller przybiera formę prywatnego dokumentu, a trailer *Ropuszki*.

Zoologia dla magicznych (SQN), który zapowiada zbiór opowiadań, nawiązuje do filmu przyrodniczego. Trailery do książek nonfiction, czerpiące z gatunków literackich, są o wiele rzadsze. Ich przykładem może być film *Wiem, że nie mówisz mi prawdy* (SQN) eskortujący poradnik napisany przez agentów CIA, a adaptujący film kryminalny (centralnym elementem jest tu scena przesłuchiwania podejrzanego).

W polu wariantu adaptacyjnego umieścić należy także trailery wykorzystujące gatunki luźno powiązane lub niezwiązane z eskortowaną książką. Ich wstępna analiza pozwala sądzić, że sposób ich tworzenia ogranicza tylko wyobraźnia twórców – cechami tej grupy tekstów są bowiem otwartość i nieprzewidywalność. W stosunku do grup już omówionych są mniej podatne na jednoznaczną interpretację: o ile warianty kanoniczne, alternacyjne i część adaptacyjnych podsuwają odbiorcom w miarę wyraźną wstępną interpretację tekstu eskortowanego (dotyczącą jego przynależności gatunkowej, makrostruktury, bohaterów, wątku głównego itp.), o tyle ta podgrupa celowo tego nie czyni. Właśnie ze względu na sposób kierowania interpretacją odbiorców grupę tę warto wyodrębnić. Mieszczą się w niej trailery, które przede wszystkim „ukrywają” swoją przynależność gatunkową pod maską innego gatunku, tzn. część zasadnicza przyjmuje cechy jakiegoś innego gatunku i dopiero końcowe kadry, w których prezentowana jest książka, zdradzają, że całość jest trailerem książkowym. Trailery takie wymagają od odbiorcy większego i świadomego zaangażowania, stworzenia niejako samodzielnej interpretacji książki na podstawie interpretacji trailera (np. przez odnalezienie ogniwa, skojarzenia łączącego trailer z książką). Często też wzbudzają w czytelniku dysonans poznawczy – wprowadzając nieoczekiwane (w danym kontekście) czy sprzeczne treści, wywołują w nim stan napięcia, intrygują go.

Do trailerów tych należą np.: *Czy przysłuchujesz się cudzym rozmowom?* *Nietypowa sonda promująca książkę „Obserwuję cię”* (SQN); *Głos Andrzeja Strejlaua w nawigacji samochodowej* (SQN). W pierwszym z nich odbiorca ogląda sondę uliczną, przysłuchuje się odpowiedziom przechodniów na tytułowe pytanie, a następnie, widząc zdanie wprowadzające do eskortowanej książki: „Co usłyszała Ella Longfield?”, musi znaleźć związek między sondą a książką, związek, który da klucz do interpretacji tekstu. W drugim oglądamy „scenę drogową” – mężczyzna jedzie przez miasto samochodem i słyszy głos Andrzeja Strejlaua nawigujący go podczas jazdy. Tę scenę i końcową ekspozycję książki (biografii Strejlaua – eksperta sportowego) łączy napis:

„Wyrusz w fascynującą podróż przez życie trenerskiej legendy”, także stanowiący klucz do interpretacji całości przekazu.

4. Podsumowanie

Przedstawione analizy nie wyczerpują, oczywiście, wszystkich aspektów i możliwości, jakie mają i stwarzają trailery książkowe. Pomimo dającej się zauważyć powtarzalności pewnych schematów, motywów, sposobów narracji itp., stanowią jednak przykłady tekstów mało skonwencjonalizowanych. Decyduje o tym jeden zasadniczy fakt – to, że o przynależności gatunkowej przesądza obecność tylko jednego obligatoryjnego elementu tekstu: zdjęcia ukazującego samą książkę. Obudowa tego elementu, czyli pozostała część wypełniająca film, zależy od samego wydawcy, który kieruje się różnymi pobudkami, bierze pod uwagę różne czynniki. Za najważniejsze z nich uznać można: rodzaj książki, do jakiej film jest tworzony (najlepszym przykładem są trailery adaptujące gatunek tekstu eskortowanego), typ odbiorcy, do jakiego jest kierowany (np. trailery animowane, w tym w formie komiksu czy mangi, dominują w grupie filmów skierowanych do najmłodszych i nastoletnich czytelników; trailery intertekstualne, wymagające znajomości różnorodnych aspektów kultury, skłaniające do przemyśleń – do odbiorców starszych), a także wkład finansowy, jakim dysponuje wydawca (długie filmy z udziałem aktorów wymagają większych nakładów, trailery oparte na ekspozycji samej książki można nakręcić przy znacznie mniejszym budżecie).

W stosunku do swojego filmowego poprzednika trailer książkowy tworzy kategorię zdecydowanie bardziej zróżnicowaną wewnątrz i bogatszą. Wyraziste centrum, tworzone przez stabilny wariant kanoniczny, zostało bowiem zdominowane przez warianty alternacyjne, a zwłaszcza adaptacyjne. Trailer książkowy potrafi „wchłonąć” gatunki tekstów czasem – zdawałoby się – zupełnie niezwiązane z tematyką książki, a nawet „udawać” inny gatunek.

Co więcej, z uwagi na to, że trailery są jednocześnie tekstami użytkowymi, których styl „tworzy przekrój poziomy, przecinając granice stylów funkcjonalnych” (Wojtak 2004–2005: 169–170), oraz na to, że warianty adaptacyjne trailera stanowią obecnie jego najbardziej rozwijające się subpole i otwierają go na inne gatunki i style (choćby przez nawiązanie do stylu i gatunku tekstu, jaki eskortują), uznać je można za najbardziej zróżnicowany stylistycznie typ tekstów użytkowych, które mogą czerpać z dowolnego stylu.

Owa dowolność i swoboda w tworzeniu trailerów nie przybierają jednak form przypadkowości, niekontrolowanego eklektyzmu. Przeciwnie, daje się zauważyć, że wydawcy, mając świadomość społecznego wpływu trailerów, skali ich oddziaływania, wyraźnie dbają o to, by były dobrze przygotowane, czasem wręcz przemyślane w najdrobniejszych szczegółach. Odpowiednio dobrane teksty i ścieżka dźwiękowa, umiejętność operowania ciszą, zdjęcia przykuwające uwagę odbiorcy swoją estetyką, wyrazistością, wyprowadzanie detali, które wzajemnie nawiązują do siebie, oświetlają się wzajemnie – to cechy, które decydują o skuteczności trailerów jako eskort książek i które pozwalają sądzić, że ich rola będzie coraz ważniejsza. Cechy te sprawiają również, że trailery – teksty multimodalne – mogą być obiektem zainteresowania wielu innych dziedzin nauki i sztuki (medioznawstwa, semiotyki, filmoznawstwa, animacji itp.). Pełny ich opis wymaga zatem podejścia interdyscyplinarnego, do którego w artykule mogłam się jedynie przybliżyć.

Jak dotąd trudno zauważyć, aby cyfrowa forma trailerów wpływała na niesione przez nie treści czy ich funkcję. W tym momencie sprzyja ich szybszemu i łatwiejszemu tworzeniu, wpływa silnie na estetykę i zwiększa ich obieg społeczny. Być może jednak na skutek ewolucji podobnej do tej, jakiej ulega hipertekst (zob. np. Szczęśna 2018), stan ten ulegnie zmianie i w przyszłości wymusi nawet przededefiniowanie samego pojęcia trailera książkowego.

Literatura

- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., 2009, *Tekstologia*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Genette G., 1982, *Palimpsestes*, Paris: Éditions du Seuil.
- Genette G., 1987, *Seuils*, Paris: Éditions du Seuil.
- Genette G., 1992, Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia, przeł. A. Milecki. – *Współczesna teoria badań za granicą*, t. 4, red. H. Markiewicz, Kraków: Wydawnictwo Literackie, s. 316–366.
- Jas M., 2020, YouTube – stan badań. Przegląd literatury przedmiotu, „*Media i Społeczeństwo*”, 12, s. 177–187.
- Jelen C., McCallister M., 2014, *Build Your Author Platform*, Dallas: BenBella Books.
- Loewe I., 2007, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mostowska J., 2007, Zwiastun: fragment historii kina, jeden z gatunków filmowych, element kultury filmowej, „*Kwartalnik Filmowy*”, 57–58, s. 181–188.

- Pawlicka U., 2009, *Trailery literackie – o reklamie literatury pisanej „żywą kamerą”*, <http://niedoczy.tania.pl/trailery-literackie-o-reklamie-literatury-pisanej-zywa-kamera> (dostęp: 10.05.2021).
- Piekarczyk D., 2020, *(Nie) oceniaj książki po okładce*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Rosiński C., 2016, Zwiastun książkowy, „*Forum Poetyki*”, 6, s. 84–89.
- Rychlewski M., 2013, *Książka jako towar – książka jako znak*, Gdańsk: Wydawnictwo Katedra.
- Sanders L., 2017, How to Develop an Effective Author Brand. – *Writer’s Market*, ed. R. Brewer, Ohio: Writer’s Digest Books.
- Szczęsna E., 2018, *Cyfrowa semiopoetyka*, Warszawa: Wydawnictwo Instytut Badań Literackich PAN.
- Śmigiel Ł., 2018, *Wybrane formy promocji książki w Polsce i na świecie*, Kraków: Wydawnictwo Libron.
- Śmigiel Ł., 2021, Filmowe cechy zwiastuna do książki, „*Oblicza Komunikacji*”, 13, s. 71–80.
- Witosz B., 2005, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wojtak M., 2019a, Teoretyczne obramowanie analiz gatunków prasowych (medialnych) – propozycja autorska, „*Rocznik Medioznawczy*”, 1, s. 37–53.
- Wojtak M., 2019b, *Wprowadzenie do genologii*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wojtak M., 2004–2005, Genologia tekstów użytkowych, „*Postscriptum*”, 1–2(48–49), s. 155–171.

How to speak about books – book trailers as paratexts of books

Book trailers are becoming an increasingly important element of communication about a book (on the line: author – publisher – reader), and the virtual space favours their rapid development and dissemination. Trailers are accompanying texts for books (they inform about their creation and encourage reading), but they also provide a first interpretation of the texts and create certain expectations of the audience towards them. Their role in the social process of book circulation and reception is therefore very important.

By examining a series of genre concretisations (formally, semantically and stylistically similar texts), the author aims to show the genre pattern of the book trailer, the way in which its genre field is shaped, and the characteristics that can be attributed to the variants of the pattern and the functions they can fulfil. For this

purpose, the author uses the methodology of contemporary genology, especially the research method initiated by M. Wojtak.

The analyses presented allow not only to reconstruct the genre pattern, but also to identify the two main sources of inspiration: the film trailer and the book cover. The analyses also show the methods used by publishers to increase the effectiveness of trailers.

Keywords: *book trailer, text genre, paratext, functional tekst*