



Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
гимназия № 20 имени С.С.Станчева

**Проект на тему**  
***«Буктрейлер как средство повышения  
читательской активности»***

**Автор:** Агуреева Валерия,  
ученица 9Б класса  
МБОУ гимназии №20  
им.С.С.Станчева

**Руководитель:** Фошкина Юлия Сергеевна,  
учитель русского языка и литературы  
МБОУ гимназии №20 им.С.С.Станчева

2022 год

## Оглавление

Введение .....	2
Глава 1. Роль буктрейлера в жизни современного читателя	
1.1. Что такое буктрейлер .....	4
1.2. Виды буктрейлеров.....	4
1.3. Особенности создания буктрейлеров.....	5
1.4. Способы и этапы создания буктрейлера.....	5
1.5. Образ современного читателя.....	6
Глава 2. Практическая часть	
2.1. Образ читателя МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева.....	8
2.2. Изучение влияния буктрейлера на повышение читательского интереса (на примере обучающихся МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева).....	8
Заключение.....	10
Список использованной литературы.....	11

## Введение

В современном обществе достаточно сильно изменилось отношение к книге. Молодежь перестала читать бумажные книги, потому что все внимание ребят заключено в интернете. Именно здесь проходит жизнь нынешнего поколения, здесь происходит их общение, здесь они познают и окружающий мир. Зачастую в этом помогают социальные сети. Однако, сказать, что ребята не читают тоже нельзя. На самом деле актуальность в большей степени утратила книга именно в том значении, которое вкладываем мы в это слово. Большинство детей просто напросто сменили обычную бумажную книгу на электронный формат.

Что же привлекает молодёжь в вездесущем интернете? Только ли возможность найти ответ на любой заинтересовавший их вопрос? Ответ прост. В интернете можно найти множество интересно продуманных реклам, которые врезаются в память и заставляют заинтересоваться определенными товарами. Одной из таких реклам мы можем назвать и рекламу по привлечению к чтению - «буктрейлер».

Мы предполагаем, что данный вид рекламы книг может способствовать развитию читательской активности, привлекать ребят яркостью и оригинальностью подачи информации.

Наш проект нацелен на внедрение нового мультимедийного жанра «буктрейлер» в образовательный процесс с целью привлечения молодых читателей к познанию мира художественной литературы.

Актуальность данного проекта велика, так как приобщение современной молодежи к чтению – это повышение уровня образования и уровня духовно-нравственного развития будущего населения нашей страны.

**Цель работы:** показать современному читателю, что книги – это не только интересная история, но и возможность увидеть суть «вечных» проблем изнутри.

**Задачи:**

1. Определить функции буктрейлера.
2. Изучить способы создания буктрейлеров.
3. Провести опрос с целью выявления влияния, оказываемого буктрейлером на детей школьного возраста.
4. Проанализировать полученные результаты.
5. Создать ряд буктрейлеров по произведениям 9-11 классов, изучаемых в школьной программе.

**Объект исследования:** буктрейлер.

**Предмет исследования:** способы создания буктрейлера.

**Гипотеза:** правильно созданный и эффектно оформленный буктрейлер может повлиять на повышение уровня читательской активности школьников.

Данный проект является долгосрочным и рассчитан на октябрь-февраль текущего учебного года. Разработка проекта а также проведение мониторинга и исследований будет происходить на базе МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева.

# ГЛАВА 1. РОЛЬ БУКТРЕЙЛЕРА В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧИТАТЕЛЯ

## 1.1 Что такое буктрейлер

Буктрейлер – это короткая аннотация к книге, раскрывающая ее основной сюжет, завлекающая читателей оригинальностью подачи информации. Как и любая реклама, он нужен для того, чтобы произвести впечатление на потребителя.

Слово «буктрейлер» с английского языка в дословном переводе означает «книжный ролик».

Как же появилось данное понятие?

Первый буктрейлер появился в 1986 году. Это был видеоролик к роману зарубежного писателя для книги «Wildwood». В содержании ролик имел фото обложки, кадры с участием главных героев, которых изображали актеры, а также музыку и закадровый голос, нагнетающий обстановку.

Затем, в 2003 году, на книжной ярмарке в Луизиане был впервые показан буктрейлер к книге Кристин Фихан «Темная симфония». Это мероприятие дало начало популяризации буктрейлеров. Конечно, изначально это новшество продвигалось только в зарубежных странах. Но позже, в 2010 году, данный вид представления книги начал свое распространение и в России. Специалисты издательства «Азбука Аттикус» стали одними из первых, кто использовал буктрейлер для продвижения книги. Создание первого буктрейлера в России обошлось в 10 000 долларов!

На данный момент популярность буктрейлера возрастает. И этому есть объяснение: в соцсетях видеоконтент получает высокие охваты, аудитория постепенно переходит на YouTube и в TikTok, люди привыкают получать информацию через образы, а не через текст.

### *1.2. Виды буктрейлеров*

По способу изображаемого буктрейлеры делятся на 3 основных вида:

1. Игровые (это небольшой фильм о книге. Хороший способ рекламы классического произведения. Для его создания нужно найти кадры из фильма, снятого по данному произведению, наложить их на подходящую музыку – и готово!)
2. Неигровые (больше похожи на презентацию. Это набор определенных слайдов, в которые вставлены картинки из книг, иллюстрирующие содержание книги и приведены цитаты из произведения, которые могут своим смыслом заинтересовать читателя)
3. Анимационные (Это небольшой мультфильм по книге, который заинтересует своей оригинальностью)

Можно определить виды буктрейлеров по содержанию. Их также насчитывается три:

1. Повествовательные (такие буктрейлеры знакомят читателя с особенностями сюжета при помощи картинок и музыки, но сохраняют элемент недосказанности с целью привлечения внимания)
2. Атмосферные (они не иллюстрируют картинку из произведения, а заменяются мифическими сюжетами и магическими образами. Здесь все таинственно и загадочно, рассчитано только на эмоциональный фон человека)
3. Концептуальные (всё внимание обращено к смысловому значению книг. В таком буктрейлере есть только реклама идеи произведения, необычного сюжета, мировоззрения автора и т.д.)

### ***1.3. Особенности создания буктрейлеров***

По сути, буктрейлер только начинает пользоваться высоким интересом со стороны общества, однако для его создания уже есть некоторые требования в современном мире.

Во-первых, максимальная продолжительность видеоролика не должна быть больше трёх минут. Не нужно нагружать зрителей так называемой «водой». Вы должны продемонстрировать атмосферу своей книги, показать все её нюансы, а также задать небольшую интригу для того, чтобы заинтересовать читателя. Но как же быть с большими произведениями? Ведь существуют многотомники подобные роману Л.Н.Толстого «Война и мир»? Ответ прост: если в ролик не удастся вложить желаемую информацию, то его можно разделить на два отрывка.

Во-вторых, при создании буктрейлера лучше всего соблюдать единый образ иллюстраций. Также желательно соблюдать одинаковый стиль музыки. Такой буктрейлер не оттолкнет потенциального читателя наляпистостью и отсутствием стиля.

В-третьих, как мы говорили ранее, ролик должен быть интригующим. Для того, чтобы ваш ролик не казался скучным и сильно однообразным – добавьте основные цитаты. Но не нужно раскрывать весь смысл произведения. Представьте, что в трейлере к фильму в кинотеатре показали и развязку сюжета. Как вы думаете, остался бы кто-то в зале на просмотр самого фильма? Здесь всё нужно продумать до мелочей. Например, если есть сложности с написанием фраз из самого сценария, то можно использовать яркие диалоги с обрисовкой конфликта и дальнейшим представлением главных героев. Главное помнить, что наша задача – заинтриговать настолько, чтобы эту книгу хотелось читать!

### ***1.4. Способы и этапы создания буктрейлера***

Существующие на данный момент способы создания буктрейлера делятся на два основных типа:

1. Слайд-шоу (видеоролик, в котором присутствуют только иллюстрации и цитаты, выбранные из книги и характеризующие её)

2. Постановочный минифильм (здесь имеются не только иллюстрации, но и видеофайлы, музыка и т.д.)

Можно подобрать выразительные цитаты и подставить подходящие картинки с музыкой к ним. Или же сначала выбрать фотографии, картинки, видео и музыку — и уже на основе этого выписать основные цитаты по сюжету. Но здесь нужно четко понимать вид буктрейлера, который вы создаете (повествовательный, атмосферный или же анимационный). И, ориентируясь на это, выбирать нужные цитаты, иллюстрации и музыку.

Также выделяют основные этапы создания буктрейлеров:

1. Выбор книги для рекламы (определить возрастную категорию, круг интересующих проблем, затем подобрать подходящее произведение)
2. Создание сценария к буктрейлеру (главным при создании буктрейлера является выбранный сюжет. Сюжетная линия должна быть выстроена таким образом, чтобы максимально заинтересовать будущего читателя, заставить его думать о возможных вариантах продолжения произведения)
3. Подбор материалов для видеорядов (здесь нужно провести большую поисковую работу по подбору фотографий, картинок, видеофрагментов, связанных с данным произведением)
4. Выбор программы для мониторинга (нужно изучить особенности работы программ, которые подходят для работы с видео, изображениями, музыкой и т.д.)
5. Заключительный этап (проверить буктрейлеры на наличие орфографических, пунктуационных и фактических ошибок, проверить возможность читать текст, успевая за сменой кадров)

Теперь дело за малым. Сформированный буктрейлер теперь можно не просто показать ребятам в школе, но и прорекламить его через социальные сети. Сейчас это особенно популярно.

### ***1.5. Образ современного читателя.***

Нам стало интересно, как выглядит современный читатель и что привлекает современных людей в литературе. Мы решили обратиться к данным социологических исследований в интернете и получили такую статистику:

Основную группу читателей - 48% составляют школьники и молодые люди юношеского возраста, далее читатели 34 – 54 лет – 32%, пенсионеры – 15%, молодежь от 24 до 33 лет – 5%.

Более активными читателями являются женщины – 90%, мужчины – 10%.

49% читателей имеют среднее образование, у 32% читателей высшее образование, среднее специальное – 17%, неоконченное высшее – 2%. Большинство читателей не состоят в законном браке – 56%

Статистика интересна, но еще более интересно знать, почему некоторые люди не читают. Оказывается, что чаще всего люди называют следующие причины: нет свободного времени, переутомление на работе или в школе, ежедневные обязанности. Здесь к социологам присоединились психологи, которые рассмотрели этот вопрос с точки зрения своей науки. Они выявили, что такое объяснение – это самый простой способ убедить самого себя, что причина действительно существует. Такие объяснения дают возможность оправдать себя в своих глазах и глазах окружающих.

Именно психологи считают неправильным заменять чтение книги просмотром одноимённого фильма. Фильм показывает нам историю людей со стороны, когда книга даёт возможность представить себя на месте того или иного героя и «пропустить» его жизнь через себя.

Кроме того, по мнению психологов читать должен каждый: от малышей до людей старческого возраста. Именно чтение книг помогает не просто получить информацию, а отвлечься от окружающего мира и забыть о всех проблемах, которые тревожат нас ежедневно.

Так как же выглядит современный читатель? Для того, чтобы ответить на поставленный вопрос, мы обратились к исследованиям О.А.Старковской, кандидату психологических наук Санкт-Петербургского университета Массовых коммуникаций. По её словам современный читатель выглядит так: чаще им 15-35 лет, они любят читать с детства, относятся к гуманитариям, большинство из них читают по необходимости и только некоторые - по настроению. Но самое главное: современный читатель предпочитает электронные книги, так как читать удастся только «на ходу»: в маршрутке, на остановке, во время перекуса на обеденном перерыве...



## ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### 2.1. Образ читателя МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева

Изучив имеющуюся литературу, мы решили составить образ читателя МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева. Для этого мы провели опрос среди учеников 9-11 классов. Разговор шёл только о художественной литературе. Результаты показали, что 73% учеников не читают книги. Причиной данного обстоятельства является отсутствие свободного времени у 37% обучающихся. Помимо этого 29% считают, что есть занятия интереснее, чем чтение книг. Остальные 7% думают, что это скучно. Также мы узнали, что 27% учеников находят время на чтение. 13% из них читают в учебных целях, ведь так предусматривает учебная программа, 10% находят данное занятие интересным. Оставшиеся 3% читают, потому что хотят повысить свой интеллектуальный уровень. Около 70% обучающихся читают примерно 1 раз в месяц. Приблизительно 20% открывают страницы книг раз в две недели. И лишь малая часть, т.е. 20%, обращаются к книгам раз в неделю. Большинство опрошенных предпочитают читать книги в электронном виде. Процент таковых читающих составляет 80%. И лишь 20% опрошенных не изменяют традициям и читают в печатном формате.



### 2.2. Изучение влияния буктрейлера на повышение читательского интереса (на примере обучающихся МБОУ гимназии №20 имени С.С.Станчева)

Для того, чтобы определить, влияет ли просмотр буктрейлера на повышение уровня читательского интереса у школьников, мы решили сопоставить результаты изучения одних и тех же произведений обучающимися 9 класса 2020-2021 учебного года и обучающимися 9 класса 2021-2022 учебного года.

Ежегодно программа по литературе в 9 классе предлагает прочтение определённого списка художественной литературы. В прошлом учебном году ребята не знали о существовании такого жанра как буктрейлер, в этом же учебном году 9-классникам перед

прочтением текстов на вводных уроках по творчеству писателей были показаны буктрейлеры к произведениям. Наши исследования привели к следующим результатам:

<b>Название произведения</b>	<b>Количество прочитавших в 2020-2021 учебном году</b>	<b>Количество прочитавших в 2021-2022 учебном году</b>
«Слово о полку Игореве»	Прочитали полностью – 52% Прочитали частично – 17% Прочитали краткое содержание – 15% Не прочитали – 16%	Прочитали полностью – 67% Прочитали частично – 19% Прочитали краткое содержание – 5% Не прочитали -11%
А.С.Пушкин «Евгений Онегин»	Прочитали полностью – 59% Прочитали частично – 23% Прочитали краткое содержание – 14% Не прочитали – 4%	Прочитали полностью – 73% Прочитали частично – 14% Прочитали краткое содержание – 13% Не прочитали – 0%
М.Ю.Лермонтов «Герой нашего времени»	Прочитали полностью – 55% Прочитали частично – 14% Прочитали краткое содержание – 12% Не прочитали – 19%	Прочитали полностью – 67% Прочитали частично – 26% Прочитали краткое содержание – 7% Не прочитали – 0%
Н.В.Гоголь «Мёртвые души»	Прочитали полностью – 48% Прочитали частично – 21% Прочитали краткое содержание – 24% Не прочитали – 7%	Прочитали полностью – 63% Прочитали частично – 27% Прочитали краткое содержание – 5% Не прочитали – 5%

Исходя из вышеуказанного, можно сделать вывод, что просмотр буктрейлера действительно повышает уровень заинтересованности, привлекает к чтению произведений литературы, таким образом повышая уровень читательской активности школьников.

### *Заключение*

«Можно составить верное понятие об уме и характере человека, осмотрев его библиотеку», - рассуждал в середине 19 века Луи Жан Жозеф Блан, французский историк, журналист. Эти слова актуальны и в наше время.

Дети современной школы – будущее нашей страны. Мы не можем пустить всё на самотёк и позволить в будущем стоять «у руля» нашей страны неначитанным, а значит необразованным людям. Во все времена книга являлась главным инструментом образования и охранять этот клад необходимо именно сейчас, в век цифровых технологий.

Проанализировав имеющийся материал и проведя исследования, мы пришли к выводу, что буктрейлер является замечательным современным средством в целях популяризации чтения среди учащихся.

Выдвинутая нами гипотеза доказана. Просмотрев результаты проведенных нами исследований можно точно сказать, что правильно созданный и эффектно оформленный буктрейлер может повлиять на повышение уровня читательской активности школьников.

Действительно, если задуматься о том, сколько интересных книг стоит на полках библиотек, просто незаслуженно забытыми, то можно прийти к выводу, что мы своими руками уничтожаем нашу историю. Но эти книги не просто стоят, они обрели вечную жизнь на пыльных полках библиотеки в ожидании того дня, когда наконец явится читатель, который вдохнет в них новую душу. А я уверена в том, что с помощью создания буктрейлеров можно вдохнуть в любую книгу новую жизнь, чтобы она снова стала чьим-то другом.

### *Список литературы*

1. Л. Князева «Чтение книг в современном мире» [zavodila.com/otolyxlpsychology/lichnost](http://zavodila.com/otolyxlpsychology/lichnost)
2. О.А Старковская, к.ф.н., чтениекниг- доцент Санкт-Петербургского университета [novainfo.ru/article/6162](http://novainfo.ru/article/6162)
3. Школа рекламы книги. Как создать буктрейлер <https://soft.mydiv.net/win/collections/show-Programmy-dlya-sozdaniya-buktreylera.html>
4. Программы для создания буктрейлера [.https://soft.mydiv.net/win/collections/show-Programmy-dlya-sozdaniya-buktreylera.html](https://soft.mydiv.net/win/collections/show-Programmy-dlya-sozdaniya-buktreylera.html)
5. Ю.Щербинина. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России. Журнал Вопросы литературы, №3, 2012