



проект

## Буктрейлер как средство развития интереса к книге у подростков

**Исполнители:**

*Партыева Бибисайда,  
Егорова Юлия,  
ученицы 10 класса*

**Руководитель:**

*Пудова С.А., учитель русского  
языка и литературы*

2016 г.

# Оглавление

<b>Введение</b>	3
<b>Глава 1.</b> Развитие интереса к книге и чтению у подростков.	6
1.1. Что такое читательский интерес?	6
1.2. Буктрейлер как одно из средств развития интереса к книге и чтению.	8
<b>Глава 2.</b> Буктрейлер по роману И.С.Тургенева «Отцы и дети» «Книга, изменившая жизнь и объединившая поколения»	14
2.1. Изучение интереса к книге у подростков.	14
2.2. Процесс проектирования буктрейлера: этапы и результат работы.	21
<b>Заключение</b>	27
<b>Список литературы</b>	29
<b>Приложение</b>	31

## Введение

Роль литературы для становления личности столь велика и значима, что представить себе существование человечества без книги невозможно: чтение развивает интеллект, формирует зрелую, образованную и социально ценную личность. Читающий человек - мыслящий человек. Поэтому так важно, необходимо воспитывать интерес к книге, вернуть ей почетное место в жизни человека. Читая, можно приобщиться к богатствам отечественной и мировой художественной литературы.

Однако порой интерес подростков к чтению не пробуждается, а иногда, наоборот, к старшим классам теряется.

Сегодня у школьников существует гораздо больше возможностей ярко провести досуг, чем это было в свое время у наших родителей. Теперь совсем не обязательно погружаться в прекрасные миры на страницах книг, есть компьютерные игры, зрелищная киноиндустрия. Книга для подростка постепенно превращается в ненужную роскошь, анахронизм [12; 1].

Проведенные нами исследования показали, что в нашей школе есть ребята, которые утверждают, что не читают художественную литературу (5%), довольно большое количество учеников в ходе анкетирования указали, что читают только те книги, которые изучаются в рамках школьной программы (63%). А читающие подростки, как правило, выбирают приключения, детективы, фантастику, любовные романы, в которых их интересует лишь увлекательный сюжет. Значит, читатели-подростки ищут в художественном произведении лишь захватывающий ход событий, опасные приключения. При таком восприятии, считают психологи, читатели и из подлинно художественного произведения усваивают лишь его сюжетную схему и общие представления о его образах, это, в конечном счете, и приводит к утрате интереса к чтению [10; 54].

Часто результатом подобного подхода к произведениям становится исключение из круга чтения глубоких книг, то есть, прежде всего, многих лучших произведений отечественной и мировой классики.

Как же заинтересовать сверстников книгой? Как убедить их не просто формально познакомиться с содержанием произведения, а прочесть, сочувствуя и сопереживая героям?

Ответы учеников на вопросы нашей анкеты показали, что для многих значимой мотивацией чтения может стать хорошая реклама книги и мнение сверстников-друзей (Приложение № 1).

Нужно активнее использовать при формировании интереса к чтению современные средства: рекламу, средства кино, телевидения, современные компьютерные технологии.

Такая простая и зрелищная форма как буктрейлер (реклама книги в видеоформате) может стать убедительным аргументом для подростка при выборе книги и принятии решения о чтении. А создавать такие проекты можем и мы, ученики-старшеклассники.

Итак, **противоречие** состоит в том, что художественная литература имеет большой познавательный, нравственный, эстетический потенциал, но у многих современных подростков интерес к книге не сформирован.

**Проблема:** каковы эффективные средства развития интереса к книге у подростков?

**Цель:** проектирование буктрейлера как одного из средств развития интереса к чтению.

**Объектом** является развитие интереса к чтению.

**Предметом** – буктрейлер к роману И.С. Тургенва «Отцы и дети» как одно из эффективных средств развития интереса к книге.

**Гипотеза:** чтобы сформировать у подростков интерес к чтению нужно:

- изучить читателя-школьника, круг его читательских интересов;
- использовать для развития интереса к книге у подростков современные средства воздействия на читателя (в частности буктрейлеры).

**Задачи:**

1. рассмотреть понятие «читательский интерес»;
2. исследовать интерес к книге и чтению у подростков;

3. спроектировать буктрейлер к роману И.С. Тургенева «Отцы и дети» как одно из средств формирования интереса к чтению книги одного из ярких произведений русской литературы XIX века.

Теоретической основой послужили работы С.Л. Рубинштейна, О.Н. Никифоровой, А.Н. Леонтьева и др.

### **Основные понятия**

**Интерес** - сосредоточенность на определенном предмете мыслей, вызывающая стремление ближе ознакомиться с ним, глубже в него проникнуть [7; 102].

**Интерес к книге (чтению)** - сосредоточенность на книге, ее чтении, вызывающая стремление ближе ознакомиться с ней, глубже в нее проникнуть [15; 103].

**Трейлер** - небольшой видеоролик, состоящий из кратких и обычно наиболее зрелищных фрагментов фильма, используемый для анонсирования или рекламы этого фильма [21; 3].

**Буктрейлер** - это небольшой видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов – пропаганда чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств [16; 2].

# Глава 1. Развитие интереса к книге и чтению у подростков

## 1.1. Что такое читательский интерес?

Интерес – это единство выражения, проявления внутренней сущности субъекта и отражения объективного мира, совокупности материальных и духовных ценностей человеческой культуры в сознании субъекта (А.Г. Здравомыслов) [5 ; 53].

Современные философские и социологические труды рассматривают интерес в тесной связи с потребностями и его влияние на все сферы жизни общества и жизнедеятельности человека.

Хорошая книга – это друг, наставник и учитель. Все должны стремиться к уединению с книгой, к размышлению и раздумью над содержанием прочитанного. Это и есть начало самовоспитания мыслей и чувств. Отсутствие интереса к чтению приводит к тому, что процессы интеллектуальной деятельности замедляются. Народная мудрость гласит: *«Неграмотный, как слепой, а книга глаза открывает»*, *«Книга подобна воде – дорогу пробьет везде»*.

Вопросом, касающимся интереса школьников, занимались многие ученые-психологи: А.Н.Леонтьев, Л.И. Божович, С.Л.Рубинштейн и другие.

Психолог С.Л.Рубинштейн рассматривает *интерес* как направленность личности на решение определяемых потребностями задач. *«Интересы в значительной степени отражают особенности личности, ее индивидуальность»*, - пишет ученый [15; 76].

Под читательским интересом мы понимаем сосредоточенность на книге, вызывающее стремление ближе познакомиться с ней, глубже в нее проникнуть [15; 83].

В школе преобладает чтение обязательное. За ее пределами, в домашних условиях, школьник может свободно выбирать книгу, отказываться от чтения той, которая почему-либо его не увлекает, прервать чтение; наконец, ставя перед собой цели самообразования или какие-то иные, может приказать себе прочитать книгу. Но это приказ себе, он всегда воспринимается легче, чем

приказ другого. «Добровольно взятое на себя иго - уже не иго: оно легче и охотнее переносится, особенно когда основой служит симпатия. Мы всегда охотнее делаем то, чего от нас не требуют...» [13; 20]

Итак, задание учителя (прочсть книгу) далеко не во всех случаях дает нужный эффект. Иногда оно вызывает явное и тайное сопротивление.

Следовательно, если нужно развивать читательский интерес, то правильнее будет заинтересовать подростков, даже преднамеренное чтение сделать интересным и нужным.

Сейчас не найти ребенка, которого не интересовал бы компьютер. Школьники с легкостью осваивают новые информационные технологии, общаются друг с другом посредством электронной почты, знакомятся через Интернет, участвуют в международных телекоммуникационных проектах, часами играют в компьютерные игры или путешествуют по сети. Учитывая этот огромный интерес, можно предположить, что использование компьютерных технологий может способствовать развитию у современных школьников интереса к литературе и чтению. Одним из примеров такой работы может стать создание буктрейлеров по книгам.

## **1.2. Буктрейлер как одно из средств развития интереса к книге и чтению**

Итак, в чтении детей и подростков сегодня происходят очень серьезные перемены, которые носят глубинный характер. Многие родители, педагоги, библиотекари по-прежнему ориентированы на старую модель воздействия, тогда как большинство подростков имеют совсем другие предпочтения и иное восприятие книжной культуры. Они относятся к книге не как к «учебнику жизни», а как к одному из средств информации и массовой коммуникации. Таким образом, в какой-то мере между поколениями происходит разрыв в передаче традиции освоения литературной культуры.

Данные статистики позволяют утверждать, что самым перспективным каналом продвижения любой идеи в настоящий момент является Интернет, а наиболее популярной формой рекламы служит видеоформат.

Буктрейлер в таких условиях становится прекрасным инструментом продвижения любого творчества, в том числе литературного. Это новый жанр рекламно-иллюстративного характера, объединяющий литературу, визуальное искусство, электронные и интернет - технологии. В отличие от большинства рекламных продуктов, буктрейлеры требуют минимальных затрат и их вполне по силам сделать самостоятельно.

Буктрейлер- короткий рассказ о книге на 2-3 минуты. Он может быть создан в формате презентации, видео-ролика, постановочного видео или с использованием современных спецэффектов и анимации. В таком своеобразном рекламном ролике раскрываются самые яркие моменты произведения.

Цель буктрейлера - рассказать о книге, но этот рассказ должен содержать интригу, чтобы заинтересовать зрителя (сформировать мотивацию к чтению). Такие ролики снимают как к современным книгам, так и к книгам, ставшим литературной классикой. Большинство буктрейлеров выкладывается на популярные видеохостинги, что способствует их активному распространению в сети Интернет



Буктрейлер решает несколько задач: привлечение внимания к книге, создание аудитории читателей, формирование имиджа писателя.

Первые буктрейлеры представляли собой слайд-шоу из иллюстраций с подписями или закадровыми комментариями. Именно таким было первое видео, снятое к роману Джона Фарриса в 1986 году.

В 2003 году на книжной ярмарке в Луизиане был впервые продемонстрирован буктрейлер к книге Кристин Фихан «Темная симфония». Это событие дало начало популяризации буктрейлеров, которые до этого распространялись в основном только в сети Интернет.

Однако популярность практика создания буктрейлеров получила с 2005 года благодаря развитию видеохостингов (YouTube и др.) и социальных сетей. Сегодня почти ни одна рекламная кампания книги в США и Европе не обходится без буктрейлеров, там он стал самостоятельным искусством. Существует даже несколько ежегодных премий за достижения в этой области.

В России жанр буктрейлера появился в 2010 году. Специалисты издательства «Азбука Аттикус» стали одними из первых, кто использовал буктрейлер для продвижения книги.

Вот как описывает все разнообразие буктрейлеров поэт и переводчик Лев Оборин: «Вы можете увидеть анимацию, постановку по мотивам романа, набор иллюстраций, рассказ автора о своей работе, сценку, в которой писатель разговаривает по телефону с книгопродавцем, или подробное объяснение, почему без этой книги вы не сможете прожить ни дня» [11; 4].

Можно попытаться пересказать за две минуты сюжет романа, можно инсценировать начало произведения или его ключевой момент, можно заснять реакцию читателей, а можно попытаться придумать что-то совсем оригинальное и новаторское. Главное - увлечь потенциального читателя и побудить к чтению (или хотя бы повторному просмотру буктрейлера).

До сих пор не существует общепринятых требований к буктрейлерам, даже к их продолжительности. Выходящие в последние несколько лет российские ролики в среднем укладываются в интервал от одной до пяти минут.

Юлия Щербинина в своей статье «Смотреть нельзя читать: Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России» выделяет разновидности буктрейлеров [21; 7].

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры могут быть:

- 1) **игровые** (минифильм по книге);
- 2) **неигровые** (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями и т. п.);
- 3) **анимационные** (мультфильм по книге).

Буктрейлеры можно классифицировать и по содержанию. Так, встречаются ролики:

- 1) **повествовательные** (презентующие основу сюжета произведения).
- 2) **атмосферные** (передающие основные настроения книги и читательские эмоции).
- 3) **концептуальные** (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

В процессе работы над буктрейлером каждый автор проходит ряд **значимых этапов**, а именно:

**1. Выбор книги для рекламы.** Мотиваций в выборе книг для создания буктрейлера может быть множество. Это и реклама новых книг, и продвижение книг-юбилеев, и создание буктрейлеров, приуроченных к датам и событиям и др. Но самое главное: выбранную книгу надо любить.

**2. Создание сценария к буктрейлеру** (продумать сюжет и написать текст). Это самая сложная задача при создании буктрейлера. Если это повествовательный буктрейлер - важно внести интригу и выстроить сюжет таким образом, чтобы читателю непременно захотелось узнать, что же будет дальше. Если атмосферный – надо определить, какое же настроение у этой книги и с помощью каких средств его можно передать. Поэтому к написанию текста сценария нужно подходить очень продумано.

**3. Подбор материалов для видеоряда.** На данном этапе необходимо подобрать картинки, отсканировать иллюстрации книги, снять свое видео или

найти видео в интернете. Если книга была экранизирована, можно использовать кадры из фильмов-экранизаций.

**4.Создание звукооряда.** Можно записать озвученный текст, если это предусмотрено по сценарию или подобрать музыку.

**5. Выбор программы для работы с видео.** Вот некоторые из них:

а) WindowsMovieMaker. Эту программу достаточно проста и популярна. Она есть на всех персональных компьютерах, так как входит в пакет MicrosoftWindows. Программа MovieMaker способна брать и обрабатывать видеофайлы с цифровой видеокамеры, создавать из изображений слайд-шоу, добавлять к видео заготовки, титры, звук, вырезать необходимые фрагменты и склеивать их, создавая при этом эффектные переходы от фрагмента к фрагменту. Широко используется для создания клипов, видеопрезентаций и обработки любительского видео.

б) SonyVegasPro является более профессиональной программой для видеомонтажа. Благодаря специальным инструментам, она позволяет пользователям редактировать различные параметры видео и аудио. У нее удобная настройка интерфейса, добавление большого количества эффектов, поддержка огромного количества форматов. Удобно работать с аудио, так как можно соединять две звуковые дорожки (накладывать музыку и голос), отделять звук от видео, если это необходимо. Программа обладает большим количеством спец-эффектов, переходов и др.

6. Работая над видеороликом, можно использовать анимацию и футажи (видеофайлы, содержащие какие-либо анимированные или просто снятые изображения).

**7.Заключительный этап - видеомонтаж** (вырезать/ «склеить» несколько фрагментов видео, добавить звуковую дорожку, изменить размер видео, субтитры, наложить эффекты, переходы, разнообразную музыку, «свести» звук), потом записать на жесткий диск персонального компьютера.

При использовании чужих материалов в своем видео, следует в титрах или в описании указать ресурсы, откуда взят материал, авторов и правообладателей.

И в заключение приведем слова главного редактора издательства «Livebook», одного из организаторов конкурса буктрейлеров VideoBooks Шаши Мартыновой: «Продвижение книг с помощью талантливо и любовно сделанных буктрейлеров - достойный и качественный промометод, хоть и не единственный и не лучший в мире: по-прежнему лучший, на мой взгляд, личная рекомендация референтного читателя. Буктрейлер же - это замечательный метод выражения признательности книге и автору, который доступен почти любому читателю, у которого есть компьютер, фотоаппарат или видеокамера и немного свободного времени» [21; 5].

## **Выводы по 1 главе**

1. Чтобы эффективно формировать читательскую культуру школьников, чтобы сделать их активными читателями, необходимо всесторонне знать читателя - школьника, прежде всего - круг его читательских интересов.

2. Опираясь на интерес учащихся к компьютерным играм, можно использовать для рекламы книги и мотивации к чтению различные информационные технологии.

3. Одним из эффективных средств развития интереса к чтению может стать буктрейлер (жанр рекламно-иллюстративного характера, объединяющий литературу, визуальное искусство, электронные и интернет – технологии).

4. Классификация буктрейлеров предусматривает деление их по способу визуального воплощения текста (игровые, неигровые, анимационные) и по содержанию (повествовательные, атмосферные, концептуальные).

5. Технология создания буктрейлера проста и предполагает возможность создания ролика посредством стандартного программного обеспечения.

## 2. Буктрейлер по роману И.С. Тургенева «Отцы и дети» «Книга, изменившая жизнь и объединившая поколения»

### 2.1. Изучение интереса к книге у подростков.

В научной литературе описаны разнообразные приемы изучения и выявления читательских интересов. К наиболее распространенным относят: анализ письменных работ (сочинения, письменные ответы на вопросы, рефераты, отзывы о прочитанных книгах и другое), анкетирование, изучение библиотечных формуляров, тестирование. [6; 79].

Для того чтобы изучить отношение подростков к художественной литературе и их читательские предпочтения, мы разработали и предложили ученикам нашей школы анкету (Приложение 1). К участию в анкетировании мы пригласили учеников Нижнеиргинской школы с 5 по 11 класс в возрасте с 11 до 17 лет.

В анкету были включены следующие вопросы:

1. Читаешь ли ты книги?
2. Какие книги ты читаешь?
  - а) те, что нужно читать по программе
  - б) те, которые мне советуют прочесть в библиотеке
  - в) те, которые мне советуют прочесть родители
  - г) те, которые мне советуют прочесть друзья/сверстники
  - д) *(свой вариант ответа)*
3. Книги каких жанров ты предпочитаешь?
  - а) приключения
  - б) детективы
  - в) исторические романы и повести
  - г) описания жизни великих людей
  - д) фэнтези
  - е) психологические романы, повести и рассказы
  - ж) *(свой вариант ответа)*
4. Какую книгу ты прочитал последней?

5. Если у тебя есть возможность выбрать одно действие из нескольких, что ты предпочтешь?

- а) послушать музыку
- б) почитать книгу
- в) посмотреть фильм
- г) поиграть в компьютерную игру
- д) пообщаться в сети Internet
- е) *(свой вариант ответа)*

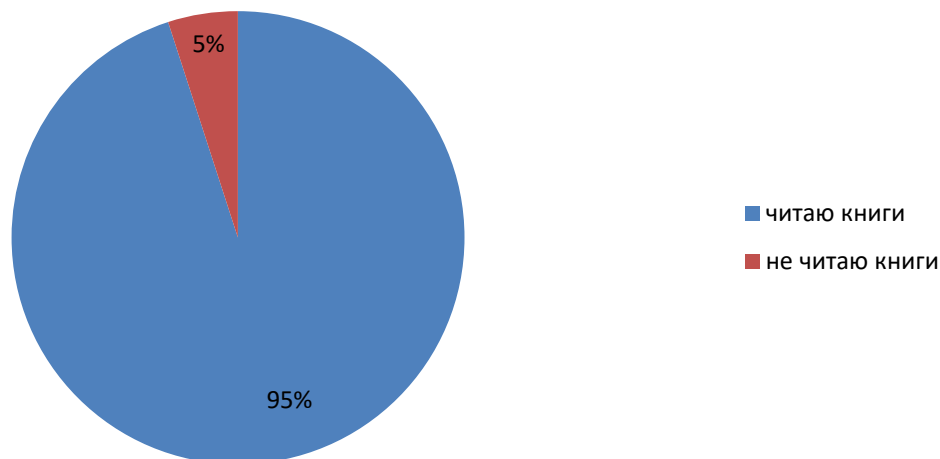
6. Что или кто может убедить тебя прочитать книгу?

- а) совет друга/сверстника, который уже прочитал книгу
- б) мнение взрослого (родители/учителя)
- в) хорошая реклама

В опросе принимали участие 43 ученика (96% обучающихся школы с 5 по 11 класс). На первый вопрос мы получили следующие ответы:

95% учеников читают книги;

5% (2 человека) дали отрицательный ответ;



На вопрос «Какие книги ты читаешь?» большинство ребят ответили, что читают произведения, которые включены в школьную программу – 63 % (27 человек);

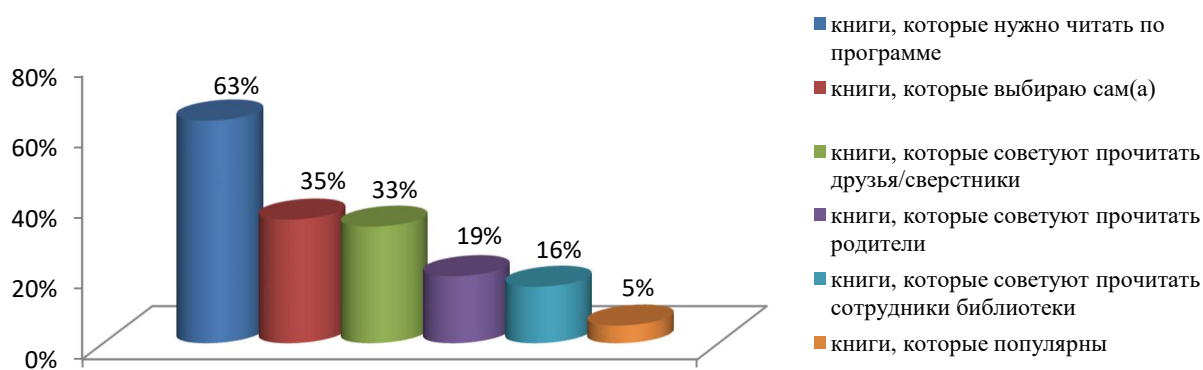
35% (15 человек) написали, что читают книги, которые выбирают самостоятельно;

33% (14 человек) читают те книги, которые советуют прочесть друзья и сверстники;

19% (8 человек) доверяют при выборе книг для чтения мнению родителей;

16% (7 человек) читают те книги, которые рекомендуют прочесть сотрудники библиотеки;

5% (2 человека) читают те книги, которые популярны (благодаря рекламе).



При ответе на третий вопрос учениками было названо много литературных источников, но отдано предпочтение приключениям - 68% (30 человек);

53% (23 человека) читают книги в жанре фэнтези;

30% (13 человек) - исторические романы, повести и рассказы;

28% (12 человек) - психологические романы, повести и рассказы;

19% (8 человек) - детективы;

16% (7 человек) - описания жизни великих людей;

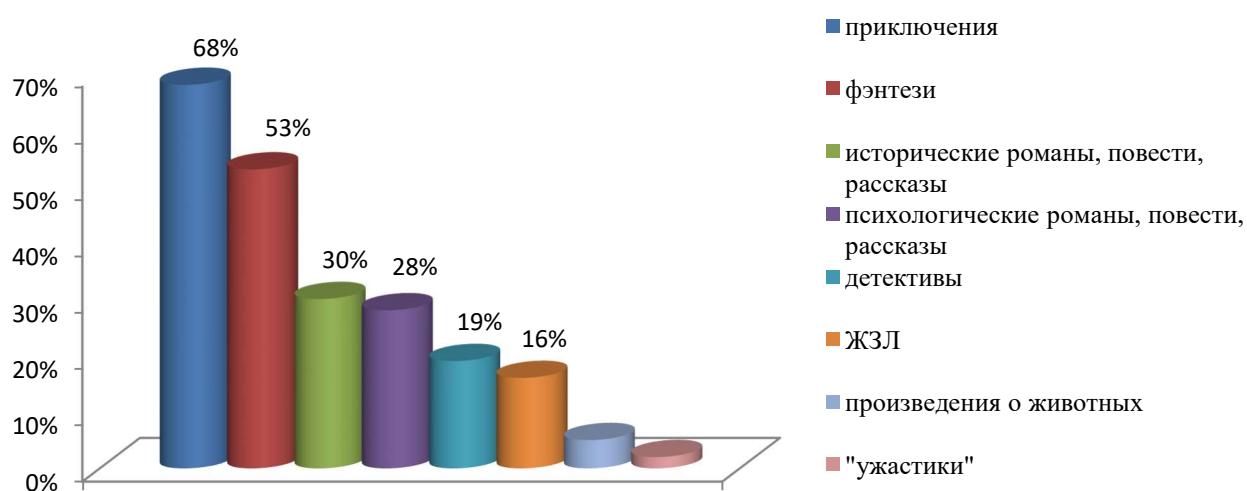
5% (2 человека) - произведения о животных;

2% (1 человек) - «ужастики».

Интерес учащихся к приключениям, фантастике, детективам, ужасам связан с возрастными особенностями и формированием чувства взрослости, которое характеризуется подражанием родителям, учителям, то есть взрослым во всем, даже в выборе и чтении литературы, стремлением познать то, что



имеют и чем они занимаются. Следующей причиной предпочтения подростками детективов, фантастической литературы является их стремление ко всему необычному. По всей видимости, в такой литературе учеников привлекают захватывающие сюжеты, множество сменяющих друг друга эпизодов. Подростки склонны к поиску интересного яркого, а героями фантастических произведений, ужасов доступно все, они наделены сверхъестественной силой.



Ответы на четвертый вопрос позволили нам сопоставить, насколько совпадают читательские интересы школьников и те, книги, которые они читают фактически.

Среди книг, которые прочитаны последними, ребята назвали:

Произведения классической русской литературы, изучаемые в рамках школьной программы:

- повесть А.С. Пушкина «Капитанская дочка»;
- рассказ И.С. Тургенева «Муму»;
- повесть Н.В. Гоголя «Тарас Бульба»;
- роман М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени»;
- пьесу Н.В. Гоголя «Ревизор»;
- роман И.С. Тургенева «Отцы и дети»;
- поэму Н.В. Гоголя «Мертвые души»;
- рассказы А.П. Чехова;
- повесть В.П. Катаева «Сын полка»;

- фрагменты романа В.Г. Короленко («Дети подземелья»);

#### Произведения мировой классики

- роман Д. Дефо «Жизнь и удивительные приключения Робинзона Крузо, моряка из Йорка...»;

- роман Кена Кизи «Пролетая над гнездом кукушки»;

- Э. М. Ремарк «Время жить и время умирать»;

- роман Р.Бредбери «451° по Фаренгейту»;

- афоризмы Мишеля Монтеня

Перечислены были также произведения общепопулярные (современная беллетристика):

- роман С.В. Лукьяненко «Ночной дозор»;

- рассказ Дэниела Киза «Цветы для Элджернона»

- Сникет Лемони «33 несчастья. Изуверский интернат»

- Филип Дик «Король Эльфов»

- Витчер Муни «Нина шестой луны»; «Нина и тайный глаз Атлантиды»;

- роман Саймона Скэрроу «Гладиатор. Борьба за свободу»;

- роман Элис Сиболд «Милые кости».

Можно предположить, что большинство участников анкетирования указали, что читают в первую очередь литературную классику, потому что такой вариант показался им наиболее правильным, то есть они хотели показать себя с лучшей стороны.

И все же, вероятно, ребята не могут читать то, что им нравится. Их свободное время занято чтением прекрасных классических произведений, но читают они их потому, что «нужно», а не потому, что «хочется».

Отвечая на пятый вопрос анкеты, ребята указывали предпочитаемый род занятий в свободное время (мы просили выбрать только одно действие из возможных или предложить свой вариант).

23% опрошиваемых (10 человек) сказали, что в свободное время предпочитают слушать музыку;

19% опрошенных (8 человек) указали, что предпочтут чтение книги;

16% (7 человек) подростков выбрали просмотр фильма;

16% (7 человек) – общение в сети Интернет;

14% (6 человек) в свободное время предпочитают играть в компьютерные игры;

5% (2 человека) выбирают рисование;

По 2% опрошенных (по 1 человеку) выбрали прогулки, подвижные игры и сон.



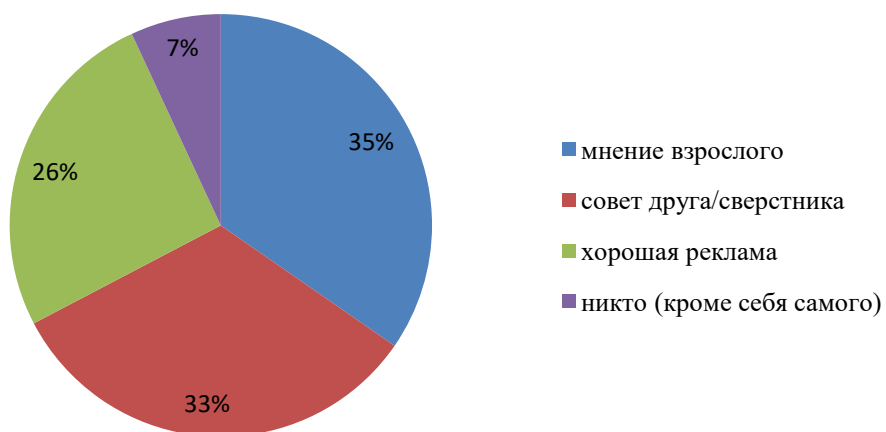
Итак, можно сделать вывод о том, что книги (чтение книг) не являются приоритетом для большинства учеников, поэтому рекламировать чтение и книги необходимо.

Для большинства участников анкетирования наиболее авторитетным является мнение взрослых. Так на шестой вопрос: «Что или кто может убедить тебя прочитать книгу?» ответило 35% ребят (15 человек).

33% (14 человек) ответили, что влияние на них может оказать совет друга или сверстника.

26% школьников (11 человек) написали, что для них значение имеет хорошая реклама книги.

7% (3 человека) ответили, что кроме них самих никто не может определить их выбор.



Последний вопрос анкеты позволил нам сделать выводы о том, какие пути и средства воспитания читательского интереса, формирования мотивации к чтению предпочтительны для подростков.

## **2.2. Процесс проектирования буктрейлера: этапы и результат работы**

Язык информационных технологий и язык киноискусства довольно близки восприятию подростков, именно поэтому для подтверждения гипотезы проекта мы использовали такое современное средство как буктрейлер, которое соединяет эти источники влияния на восприятие подростков.

На первом этапе работы мы были озадачены выбором литературного произведения, которое станет предметом нашей рекламы. Свой выбор мы остановили на романе И.С. Тургенева «Отцы и дети». Это произведение классической русской литературы XIX века мы (авторы проекта) совсем недавно изучали на уроках литературы. Тургенев размышляет на страницах романа об отношениях отцов и детей, о предназначении человека, о поисках смысла жизни, о том, что такое настоящая любовь, и о многом другом. Образы романа показались нам интересными, а проблемы, которые поднимает автор, - актуальными.

На следующем этапе мы познакомились с вариантами буктрейлеров на сайте «Чтение-21» [14]. Это помогло нам убедиться в том, что динамичный рекламный ролик достаточно интересный и в то же время доступный формат для презентации книги.

Выбор идеи буктрейлера – один из ключевых этапов работы. Мы поставили перед собой задачу сосредоточиться на общечеловеческих ценностях, которые нашли свое отражение в книге (поиск себя, отношения отцов и детей, любовь и т.д.). Нам кажется, что очень важной мотивацией к чтению может стать для подростка близость проблем, с которыми сталкиваются герои книги, с его проблемами. Мы хотели убедить ребят в том, что эта книга, благодаря актуальности проблематики, может стать интересной для всех: для тех, кто читает с интересом, по обязанности и с трудом. Такие книги, по-нашему мнению, способны оказать большое влияние на взгляды и убеждения, помогут представителям разных поколений лучше понимать друг друга. Название нашего буктрейлера - «Книга, изменившая жизнь и объединившая поколения» отражает суть основной идеи, которая положена в его основу.

Считаем, что с идеологическими спорами в романе и их причинами, ребята смогут подробнее познакомиться на уроках и в процессе самостоятельного чтения книги.

На этапе написания сценария нам пришлось научиться работать над законченными и очень краткими текстами. В тексте нашего буктрейлера 16 предложений (Приложение №2). Это считается допустимой нормой для эффективного восприятия (от 10 до 17 предложений). Видеоролик должен быть коротким, поэтому при написании сценария перед нами стояла задача взвешивать не просто каждое предложение, а каждое слово. Буктрейлер не предполагает пересказа содержания произведения, можно использовать фрагменты художественного текста, но лучше создавать свой собственный оригинальный и интригующий текст. В процессе работы над сценарием-аннотацией мы использовали мини-сочинения учеников нашего класса «Почему нужно прочитать роман И.С. Тургенева «Отцы и дети»». Сюжет ролика должен показать основные яркие точки книги. Мы стремились отразить в нем образы героев, конфликт и интригу произведения.

На уроках литературы мы не только анализировали текст романа, но и знакомились с его кино-интерпретациями (4-х серийный фильм 1981 года «Отцы и дети», режиссер – В.А.Никифоров; фильм 2011 года «Отцы и дети», режиссер – А. Смирнова). Это стало толчком для возникновения идеи оформления буктрейлера – использовать в качестве визуального ряда фрагменты этих фильмов. Кроме этого для нас важным оказалось мнение, высказанное ребятами во время анкетирования (16% опрошенных посвящают свободное время просмотру фильмов). Опытные создатели буктрейлеров рекомендуют соблюдать принцип единообразия, т.е. не смешивать видео-материалы разных типов (если рисованные иллюстрации – значит рисованные, если анимация – значит анимация, если фото – значит фото). Так мы и сделали.

Большое внимание мы уделили соотношению предложений (фраз) сценария и визуального ряда. Для нас было важно, чтобы они совпадали и дополняли друг друга.

Работа с аудиоматериалом буктрейлера тоже была нами тщательно продумана. В качестве аудио-сопровождения мы использовали три совершенно разных фрагмента: фантазию до минор В.А. Моцарта, композицию группы Arcapurtica «Quutamo», а также романс «Когда душа объята смятением...». Эти произведения были выбраны нами неслучайно. Фантазия Моцарта то самое произведение, которое упоминается в произведении И.С. Тургенева. В имении А.С. Одинцовой ее сестра Катя исполняет эту композицию для Аркадия во время первого знакомства. Роковая композиция «Quutamo» является музыкальным сопровождением спектакля «Отцы и дети» Новосибирского театра драмы. Романс XIX неизвестного автора, является саундтреком к телефильму «Отцы и дети» Авдотьи Смирновой. Каждое из этих произведений по-своему отражает особенности романа. Кроме того, смена музыкального ряда является в ролике одним из средств привлечения внимания.

Все имеющиеся визуальные и аудиоматериалы мы объединили в единый ролик, используя соответствующее программное обеспечение (программа WindowsMovieMaker для создания любительских роликов).

После первого просмотра макета ролика мы вносили ряд изменений в целях усовершенствования, а именно: изменяли стиль титров, корректировали текст-аннотацию и т.д.

По окончании просмотра мы организовали предварительный просмотр ролика для учеников старших классов нашей школы (8 – 11 класс). Ребятам предлагалось посмотреть буктрейлер и высказать свое мнение при заполнении анкеты (Приложение 3).

Мы получили много положительных отзывов. 94% старшеклассников ролик понравился. В качестве несомненных достоинств буктрейлера они назвали подбор материала для видеоряда (36%); музыкальное сопровождение (35%), убедительный текст (29%). Конечно, на вопрос «Хотите ли вы прочитать/перечитать книгу?» нас больше всего интересовали ответы учеников 8 и 9 классов, потому что им только предстоит знакомство с романом. Из 19 учени-

ков, обучающихся в этих классах, 17 человек ответили, что они обязательно прочитают роман. Мы считаем такой результат, безусловно, положительным.

Создавая собственный творческий продукт, нужно с уважением относиться к авторским правам других людей. Так как мы использовали кадры художественных фильмов и авторское музыкальное сопровождение, мы обращались только к тем материалам, которые находятся в свободном доступе. В титрах нашего ролика мы упомянули авторов-режиссеров, т.к. все права на использованные материалы принадлежат правообладателям.



## Выводы по 2 главе

1. Для того, чтобы объективно судить о читательских интересах, необходимо изучить характер восприятия книг и чтения школьниками.
2. Одним из эффективных способов изучения читательского интереса является анкетирование, оно позволяет кратко и четко сформулировать ответы на вопросы, легко поддается обработке и анализу.
3. В процессе чтения художественной литературы ученики чаще всего руководствуются требованиями программы по предмету «Литература» и реже у них есть свободное время для чтения той литературы, которая вызывает их личный интерес
4. Результаты анкетирования показали нам, что любят читать ребята произведения приключенческих и фантастических жанров, но читают рассказы, повести и романы, предусмотренные программой.
5. Можно утверждать, что ребята читали бы произведения литературной классики с большим удовольствием и вниманием, если бы мотивом для чтения было не задание учителя, а личный интерес и собственное желание.
6. Только 19% опрошенных написали, что их любимым времяпрепровождением является чтение, т.е. для всех остальных необходим дополнительный стимул (кроме собственного желания).
7. Для 59 % опрошенных учеников таким дополнительным стимулом может стать мнение друга/сверстника (33%) и хорошая реклама книги (26%).
8. Анкетирование целевой аудитории должно стать одним из обязательных этапов создания буктрейлера.
9. Работа над буктрейлером должна предусматривать выбор произведения для рекламы, знакомство с различными вариантами буктрейлеров, определение идеи ролика, создание текста-аннотации, подбор видео-материала и аудио-сопровождения, монтаж ролика в удобном и доступном формате.

10. По возможности результаты работы нужно показать представителям целевой аудитории, чтобы были основания для внесения необходимых корректив.

## Заключение

Работа над проектом многому нас научила и открыла перспективы развития данной темы в практике работы нашей школы. Мы использовали уже имевшиеся у нас знания и навыки (знание текста романа И.С. Тургенева, участие в анализе произведения на уроках литературы, работа в программе WindowsMovieMaker) и приобрели новые знания, умения и навыки. Мы узнали, что такое «буктрейлер», что называют «читательским интересом», выяснили, как создавать буктрейлер и как делать это в целях рекламы классического литературного произведения. Очень важным навыком для нас стало умение составлять анкету, проводить анкетирование и анализировать его результаты.

Проблема приобщения детей к чтению - одна из важнейших проблем в мире в целом и в нашей стране в частности. Дети, обучающиеся в нашей школе, растут в целом в благоприятной социальной обстановке, но нужно не допустить снижения числа читающих.

У нас, сегодняшних школьников, меняется мотивация чтения. Хотя именно мы будем жить и уже живем в новом информационном обществе. Социолог А.И. Ракитин так определяет информационное общество: «Информационное общество характеризуется тем, что в нем главным продуктом являются знания».

Большая загруженность учебной работой, формирование избирательных и глубоких увлечений учеников характеризуют развитие подростков. На досуговое чтение времени остается очень мало. Мы читаем в свободное время приключения, детективы и фантастику, а классику и глубокие по содержанию произведения чаще по обязанности.

Традиционные способы привлечения к чтению (домашние задания, списки литературы для самостоятельного чтения, читательские дневники и библиотечные выставки книг) стали привычными и отчасти устарели.

Мы считаем, что нужно разнообразить средства, которые позволят «достучаться» до интереса подростков. Одним из таких средств может стать интересный, интригующий, запоминающийся буктрейлер к литературному произведе-

нию. Усиливает впечатление от буктрейлера тот факт, что он создан твоими сверстниками (возможно друзьями, старшеклассниками, чье мнение может быть значимым для учеников младших классов).

Деятельность по созданию буктрейлеров в нашей школе только началась. Мы планируем продолжить работу над разными видами буктрейлеров (игровых, постановочных, анимационных, трейлеров-интервью и т.д.) к различным произведениям. Главное, что эти произведения должны нравиться нам, должны быть поняты нами. Это дает дополнительный стимул к чтению и изучению литературы и для нас самих.

Кроме этого мы планируем провести конкурс буктрейлеров в своей школе. Предполагаем, что это событие станет одним из мероприятий в рамках Года отечественного кино, потому что каждый буктрейлер – это маленький фильм!

## Список литературы

1. Бажанова Л.И. Взрослый и ребенок: Резонанс читающих личностей// Библиотечное дело. — 2003. — №11.
2. Бодрова Н.А., Сигал Л.М. Читательские интересы старших школьников// Внеклассная и внешкольная работа по литературе. - М.,1970.
3. Божович Л.И. Проблемы формирования личности // Избранные психологические труды: М.: Международная педагогическая академия, 1995.
4. Буктрейлер - современный способ продвижения книги в библиотеке: методические рекомендации. Вып. 1 / Детско-юношеская библиотека Республики Карелия им. В. Ф. Морозова; [авт.-сост. Т. А. Лисовская] – Петрозаводск: ДЮБ РК, 2014.
5. Здравомыслов А.Г. Проблема интереса в социологической теории. - Л. , 1964.
6. Калитин Н.И. Искусство быть читателем. - М.,1982.
7. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М, 1977.
8. Максимова, Надежда Викторовна. Создаем буктрейлер / Н. В. Максимова // Современная библиотека. — 2013 .— № 5.
9. Михайлова, Светлана Витальевна. Буктрейлер как тема конкурса / С. В. Михайлова // Современная библиотека. — 2013 .— № 9
10. Никифорова О.И. Психология восприятия художественной литературы. - М., 1972.
11. Оборин Л., Скоро на полках. Статья о буктрейлерах. <http://os.colta.ru/literature/projects/122/details/17834/>
12. Оконешникова А. В. Некоторые вопросы изучения детской литературы. – Ялта, 2007.
13. Панаев И. И. Воспоминание о Белинском (Отрывки) // И. А. Гончаров в воспоминаниях современников. - Л.: Художественная литература, 1969.

14. Подборки буктрейлеров. Сайт Чтение 21. <http://chtenie-21.ru/publications/booktrailer>
15. Рубинштейн, М.М. Воспитание читательских интересов у школьников. - М.: Учпедгиз, 1950.
16. Стругавец, Антонина. Что такое буктрейлер? / Антонина Стругавец // Юность Севера. - 2014.
17. Тихомирова И.И. Стимулы и мотивы чтения // Шк. библиотека. — 2002.— №5.
18. Фесик Е. При встрече с героем замирает сердце // Библиотека. — 2002. — № 6.
19. Чельшева А. Влюбить ребят в литературу // Библиотека. — 2001. — № 10.
20. Чирва А. Книга в твоих руках: Кн. Для учащихся. - М.: Просвещение, 1985.
21. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России.  
<http://magazines.russ.ru/voplit/2012/3/s8.htm>