

Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования
Центр развития творчества детей и юношества городского поселения
«Рабочий поселок Чегдомын» Верхнебуреинского
муниципального района Хабаровского края

Тема:

«Буктрейлер – современный способ приобщения подростков к чтению»

Информационный проект

Выполнили:

Минибаев Роман, 9 класс,
Бардахеева Александра, 11 класс,
Протопопова Ярослава, 10 класс,
Бурсевия Софья, 10 класс
Исайко дарья, 10 класс,
объединения «Юный журналист»

Научный руководитель:

Литвинова Диана Викторовна,
педагог дополнительного
образования ЦРТДиЮ

Чегдомын, 2022 г.

Содержание

1. Введение	4
2. Основная часть	5
3. Заключение	10
4. Список источников	12
5. Приложения	13

Введение

Россия самая читающая страна в мире...была

Современное поколение не читает книги. Их вытеснили телевидение, радио, Интернет, обучающие и развлекательные компьютерные программы. Данные статистики пугают: 52% россиян вообще не покупает книги, 37% не читает никакой литературы, 34% не имеют дома книг, всего 4% имеет личные библиотеки.

Причина в том, что у подростков «клиповое мышление», из-за большого потока информации они мыслят картинками, фокусируются на отдельных вспышках и образах.

Хотя опыт и практика всей мировой цивилизации показывают, что без чтения нет человека, нет личности. Книга помогает развивать фантазию, учит думать, анализировать, оценивать собственные и чужие поступки. Как же вернуть интерес к книгам?

Очень просто, использовать те же особенности «клипового» мышления. Подростки хотят, чтобы информация подавалась ярко, динамично и, желательно, коротко. Эту особенность мышления можно эффективно использовать для развития интереса к книгам и чтению у подрастающего поколения. Например, создать буктрейлер. Его задача привлечь внимания к книгам с помощью визуальных средств.

Цель проекта: повысить интерес подростков к чтению через использование буктрейлера.

Задачи:

1. познакомиться со способами создания буктрейлера;
2. создать буктрейлер;
3. изучить интерес подростков к книгам;
4. провести показ буктрейлера;
5. провести анализ

Методы исследования:

1. Поиск и анализ информации в разных источниках.
2. Проведение опросов среди школьников.
3. Обобщение результатов исследований.

Продукт: буктрейлер

Срок реализации проекта: февраль- март 2022 года

Основная часть

Так как мы журналисты и пишем материалы на разные темы, то отношение к чтению подростков мы не единожды анализировали. В наших архивах нашелся Google- опрос 2020 года на эту тему. Для чистоты эксперимента мы создали еще один опрос на платформе Yandex Forms, в котором анонимно узнали у людей, сколько книг они читали за последний год. Всего мы учли мнение 235 человек.

Мы сделали вывод, что жители Верхнебуреинского района читают мало. Особенно, молодежь. Большинство респондентов в возрасте 15-18 лет ответивших признались, что они за последний год читали 1-2 книги, или вообще не брали в руки книгу.

(Приложение 1)

Считаем, что есть возможность улучшить эту статистику, если использовать дополнительный способ рекламы книг – буктрейлер.

Приняв участие в процессе создания буктрейлера во время участия во Всероссийском фестивале кино и телевидения «Веселая ларга» во Владивостоке наша команда заинтересовалась новым способом популяризации книг. Мы поняли, что создание буктрейлера это продуктивный творческий процесс, который позволяет сочетать прочтение книги и интернет-ресурсы. Но для начала окунемся в историю создания буктрейлера.

Началась она 10 лет назад, когда широкой публике впервые продемонстрировали трейлер на книжной ярмарке в Луизиане. Ролик рекламировал книгу Кристин Фихан «Темная симфония», десятый по счету роман из многотомной вампирской серии. Однако популярность практика создания буктрейлеров получила в 2005 года благодаря развитию видеохостингов и социальных сетей. Сегодня почти ни одна рекламная кампания книги не обходится без буктрейлера. Он стал самостоятельным искусством. Существует даже несколько ежегодных премий за достижения в этой области.

В России одним из первых и, пожалуй, самых дорогих буктрейлеров стал ролик на книгу Алексея Маврина «Псоглавцы». Он построен по всем законам короткометражного фильма. Активное продвижение неизвестного автора и количество потраченных на его рекламу средств (один только ролик обошелся холдингу «Азбука-Аттикус» без малого в 10 000 долларов) не принесли успеха,

и издателям пришлось раскрыть тайну. Оказалось, что под псевдонимом «Маврин» писал пермяк Алексей Иванов.

Из-за своего неудачного старта, в России буктрейлеры не сразу обрели широкой популярности. Однако сейчас российское издательство «Эксмо» активно поддерживает направление создания буктрейлеров. На сайте издательства есть специальный раздел, где пользователь может найти ролики к книгам-новинкам.

Наконец, появляются российские конкурсы буктрейлеров. Летом 2012-го прошел конкурс буктрейлеров, который устраивал московский книжный магазин Dodo Space. В ноябре 2012 года стартовал первый Всероссийский Конкурс-парад Буктрейлеров.

Создание видеороликов по книгам становится увлечением непрофессионалов. На любительских сайтах, где публикуются начинающие писатели, многие произведения визуализированы и читатели могут увидеть главных героев глазами автора. Можно сделать вывод, что буктрейлер давно используется в мире для популяризации чтения, правда используют эту технику в основном в крупные города.

Давайте попробуем подобрать определение. Для этого выберите верное, утверждение.

Буктрейлер – это:

1. видеоанонс — краткое изложение сути события;
2. видеоаннотация книги;
3. ролик-миниатюра, который включает в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует ее содержание;
4. небольшой видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге;
5. видеотизер — рекламное сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о книге, но при этом всё содержание полностью не демонстрируется;
6. короткий видеоролик по мотивам книги;

На самом деле, любое из этих высказываний можно считать верным, так как каждое из них, в какой-то степени, дополняет друг друга.

Объединив вышесказанное, и выбрав самое главное, сформулируем определение буктрейлера.

Буктрейлер – это видеоанонс произведения, направленный на то, чтобы заинтересовать читателя, подтолкнуть его к чтению рекламируемой книги.

Цель буктрейлеров – пропагандировать чтение, вызвать интерес читателя к произведению.

Буктрейлеры делятся на три вида:

1. *Игровой*. Персонажей книги играют реальные люди, играющие некоторые сцены из произведения.
2. *Архивный*. Используются уже готовые материалы: Видеокадры, музыка, титры, картинки, закадровый голос.
3. *Анимационный*. Рисуеться мультфильм специально по книге, создаётся несколько сцен.

Можно комбинировать все виды.

Материалами для ролика являются:

- фото- и видеоматериалы (это могут быть либо свои, либо же скаченные из сети Интернет);
- музыка и иллюстрации (так же – либо свои, либо скаченные из сети Сети), озвучка (если имеется такая возможность, то лучше, если она будет профессиональная);
- цитаты из рекламируемого литературно-художественного произведения;
- красочные обложка книги, разворот обложки книги с аннотацией (в том случае, если обложки нет, тогда ее можно заказать у дизайнеров).

Фестиваль «Веселая ларга»

В этом году Всероссийский форум детского и юношеского экранного творчества «Бумеранг» г. Мостка вместе с Всероссийским фестивалем детского кино и телевидения «Веселая ларга» г. Владивосток презентовали новый конкурс «Без срока давности: Непокоренные». Его цель - сохранение исторической памяти о трагедии мирного населения СССР – жертв военных преступлений нацистов и их пособников в период Великой Отечественной войны по средством создание медиапродуктов.

На фестивале свой буктрейлер мы создавали с помощью спикеров Форума. Татьяна Мирошник – сценарист и режиссер, предоставила нам заготовленный текст для видеоролика. Алексей Ясулович – актёр и режиссер, помогал озвучивать закадровый текст буктрейлера. Павел Корсаков – архивист, предоставил образцы хроники блокадного Ленинграда, сцены войны, концлагерь и т.д Светлана Бурдасова - оператор и монтажёр, учила, как монтировать видеоролик в программе для монтажа AdobePremiere.

Мы получили колоссальный опыт общения с профессионалами своего дела, и бесценные советы по созданию буктрейлера:

1. Не стоит перегружать видео слишком большим количеством тем, героев информацией.
2. Буктрейлер не должен длиться больше пяти минут. Чем короче и захватывающей, тем лучше.
3. Образы - это то, что предпочтительно использовать в кинотворчестве.
4. Буктрейлеру не нужны пустые цитаты, не имеющие смысла, какими бы красивыми они не были.
5. Не стоит переусердствовать с количеством эффектов, фильтров, анимацией. Особенно, если они плохого качества. Лучше сделать просто и со вкусом, а не сложно и без изюминки.
6. При использовании ресурсов со сторонних источников необходимо получить разрешение автора.

Процесс создания буктрейлера

Мы создавали буктрейлер по книге Ванды Василевской «Радуга». Повесть рассказывает о нечеловечески трудной жизни украинского села в период фашистской оккупации, о зверствах, которые чинили враги на Советской земле. Написана книга в 1942 году, когда война еще шла. Можно считать, что все описанное в книге – хроника, неподдельная правда.

Монтаж буктрейлера – дело не простое. Наша команда сначала побывала на мастер-классах П. Корсакова, Т. Мирошник и С. Бурдасовой. Они подробно рассказывали о создании ролика.

Для начала Павел Корсаков рассказал нам, на каких сайтах брать военную хронику и проверенную информацию. Татьяна Мирошник приготовила текст, чтобы его озвучить, и научила составлять режиссёрский план. Светлана Бурдасова показала секреты работы с хроникой и различных «фишках» программы для монтажа Adobe Premiere. Алексей Ясулович помог записать закадровый голос.

Подготовив основной материал с помощью московских спикеров, мы поняли, что наше видео сухое и неинтересное. В дело пошла наша смекалка и видеокамера. Мы добавили своё виденье к истории.

Сбор подходящего материала, съемка придуманных сцен, и сам монтаж ролика заняли два дня. Сроки были маленькие, поэтому работать нужно было быстро. Пользовались всем, чем можно: красотами пейзажа ДВФУ, томатным соком, книгами. Буктрейлер получился у нас игровым и архивным.

Мы хотели, чтобы наш ролик, был запоминающимся, динамичным, поэтому использовали музыку и в такт размещали кадры и картинки.

После презентации буктрейлера на фестивале, мы сделали вывод, что сюжет нужно показывать символами, а не показывать прямым кадр. Так видео будет выглядеть ещё более захватывающее.

Наш буктрейлер https://youtu.be/gPZ_ScdGpgM

(Приложение 2)

Эксперимент

Во время работы над буктрейлером во Владивостоке у нас появился интерес к данной книге и фильму, появилось желание прочитать ее и посмотреть кино. Мы задумались, окажет ли данный буктрейлер такое же воздействие на наших сверстников.

После приезда в Чегдомын мы провели показ в старших классах МБУ Гимназии, а потом провели беседу. В итоге в показе приняли участие 30 человек, из них 22 загорелись желанием прочитать повесть «Радуга», остальным было не интересно. Даже если из этих 22, хотя бы несколько человек прочитает эту книгу, значит все не зря.

(Приложение 3)

Где можно применить буктрейлер

Создав творческую работу, мы поняли, что функции у буктрейлера достаточно широкие.

Буктрейлер может быть полезен:

- *Учителям.* Они могут использовать материалы на уроках, как обзорное изучение книги и процесс обучения станет более интересным, качественным, результативным. Можно использовать готовые видеоролики, или привлечь учеников для самостоятельного создания продукта.

- *Библиотекарям.* Для информационных встреч в школах, как дополнительное средство ознакомления с книгой и привлечения читателей в библиотеку.

- *Книжным блогерам.* Дополнительный контент, на котором можно зарабатывать.

Кроме этого буктрейлер - прекрасное средство для развития критического мышления у подростков. Вернемся к Великой Отечественной войне. Она нанесла большой удар по советской стране, погибли десятки миллионов человек, были разрушены целые города, пережит геноцид советского народа. Память об этом навсегда осталась в сердцах каждого человека, пережившего этот кошмар. Но годы идут, уже выросло несколько поколений, изменилась политическая карта планеты. И спустя 77 лет происходит искажение исторических фактов.

Мы подобрали примеры из интернета:

«Власти России не раз заявляли о том, что некоторые европейские страны пытаются переписать историю»

Сайт «РИА Новости»

«Сегодня мы наблюдаем огромное количество попыток подвергать сомнению итоги Второй мировой войны, переписывать историю, переписывать решения Нюрнбергского трибунала...»

Министр иностранных дел РФ, Сергей Лавров

«...РФ обязана обеспечить сохранение правды о Великой Отечественной войне и противостоять попыткам фальсификации ее истории...»

Владимир Путин, послание Федеральному Собранию

Проблема существует. Так, где же найти правду? На наш взгляд буктрейлер созданный на основе книг советских авторов и архивных документов и материалов может решить еще одну проблему – развить критическое мышление у подростков.

Критическое мышление - это система суждений, которую применяют для анализа вещей и информации, интерпретации явлений, оценки событий, а также для последующего составления объективных выводов.

Человек, который обладает критическим мышлением, способен:

1. понимать логические и следственные связи между разными идеями и понятиями;
2. быстро анализировать суждения окружающих и оценивать их;
3. грамотно создавать собственные аргументы и доносить их до окружающих;
4. замечать нестыковки, несоответствия и обыденные ошибки в логике и аргументации;
5. рефлексивно оценивать собственные мнения и верования.

- б. чтобы развить в себе это качество нужно подставить под сомнение какое-то событие. Человек будет искать разные источники информации, изучать эту проблему, анализировать её.

Таким образом, просмотр буктрейлера, а еще лучше работа над его созданием поможет подросткам ориентироваться в потоке информации и делать правильные выводы.

Заключение

В нашей работе мы изучили отношение подростков к чтению, поняли, что использование буктрейлера поможет возродить интерес к чтению. Это один из действенных методов обзорного изучения литературной школьной программы, педагогом стоит использовать данную подачу материала, а так же это действенный способ развития критического мышления у подростков.

Во время просмотра или работы над буктрейлером подросток учится думать, анализировать, делать выводы.

Мы продолжаем развиваться в данном направлении и готовимся участвовать во Всероссийском заочном подростковом конкурсе медиаработ «Без срока давности. Непокоренные», работаем над буктрейлером по книге «Хатынская повесть».

Список источников

1. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. 2012. № 3. С. 146–165.
2. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. 2012. № 3. С. 146–165.
3. <https://www.apatitylibr.ru/index.php/2014-07-15-10-43-04>
Виды буктрейлера
4. <https://blog.selfpub.ru/booktrailer> Зачем нужен буктрейлер.
5. https://function.mil.ru/news_page/country/more.htm?id=10335997%40cms
[Article](#) Данные и Великой Отечественной войне
6. https://librebook.me/raduga_3 Книга «Радуга»
7. <https://trends.rbc.ru/trends/education/5e0608ea9a7947fa3c1bcf34>
Что такое критическое мышление?

Рис. 1 Возраст респондентов

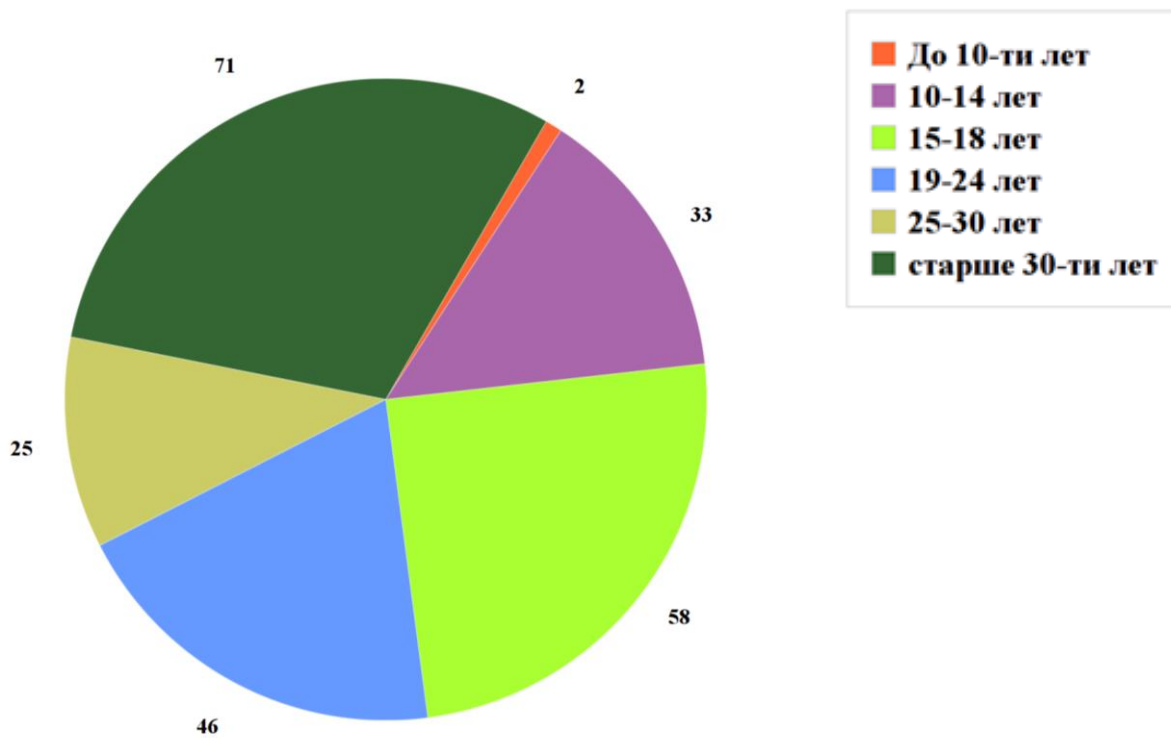
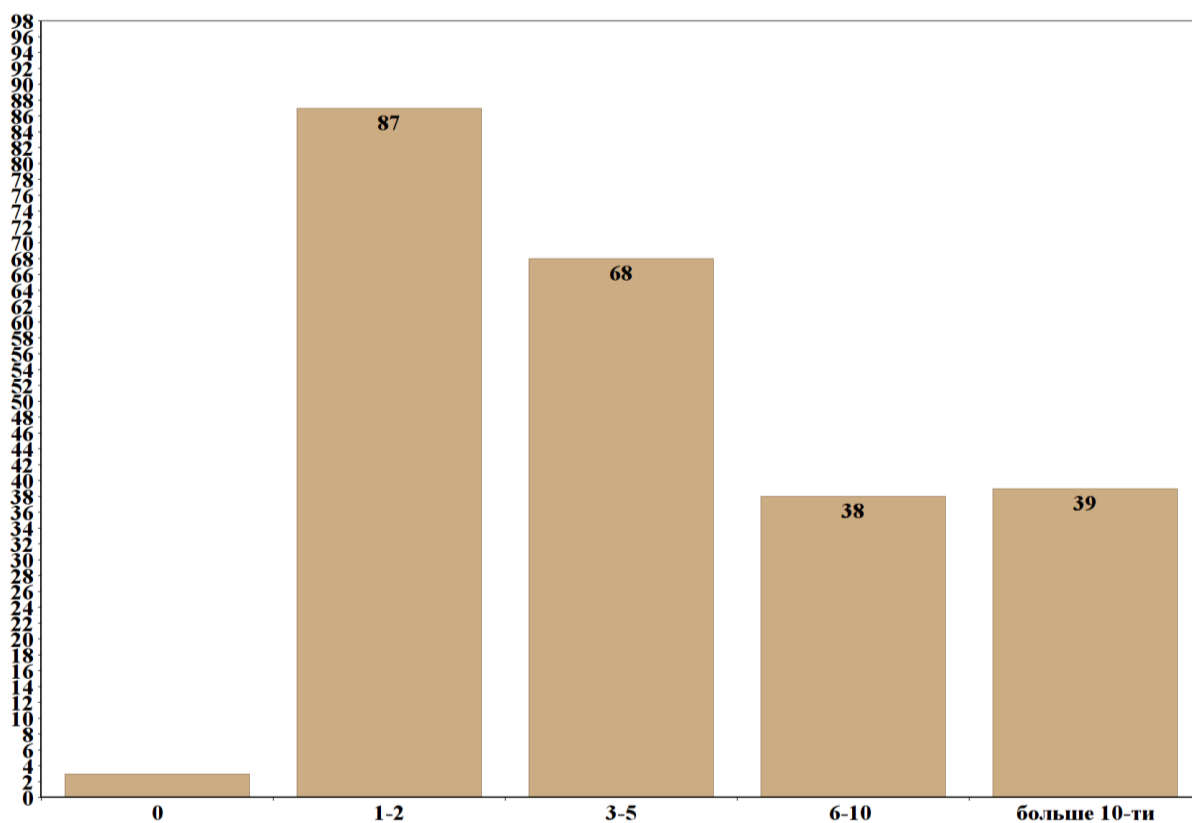


Рис. 2 Количество книг прочитанных за последний год



Приложение 2

Наш буктрейлер созданный по книге «Радуга» - https://youtu.be/gPZ_ScdGpgM



Фото 1.
Татьяна
Мирошник,
объясняет, как
делать
режиссерский
сценарий
буктрейлера

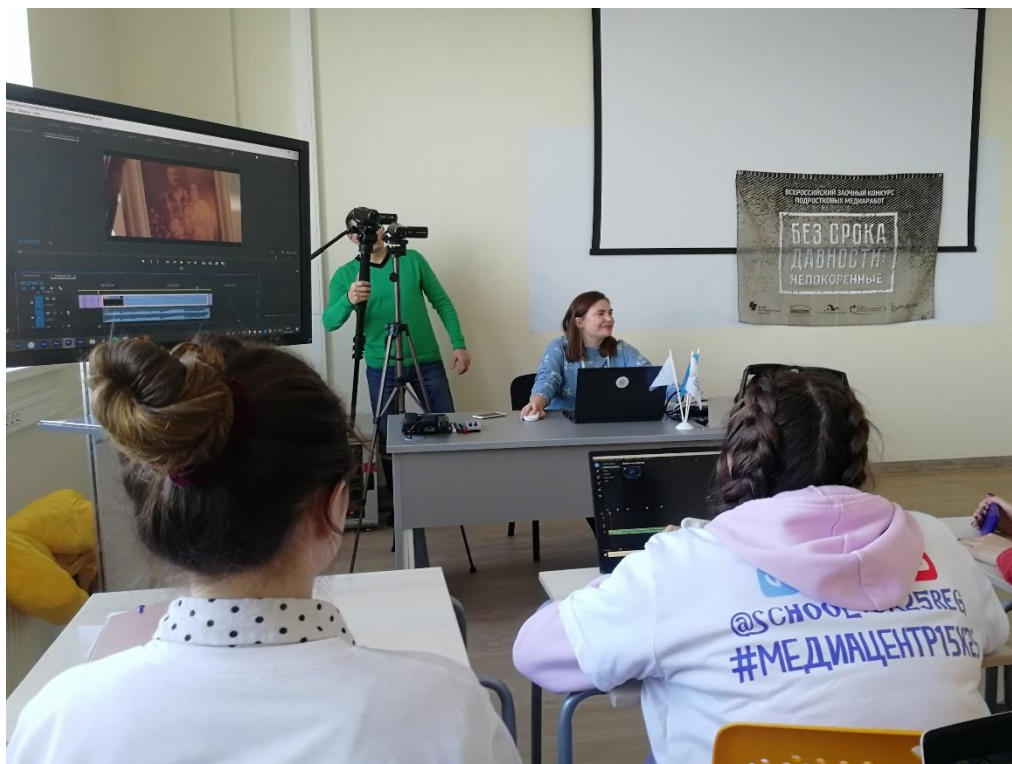


Фото 2.
Светлана
Бурдасова
проводит
консультацию
по монтажу
роликов.

Приложение 3

Фото 3. Показ буктрейлера в 10 кл. МБОУ Гимназия им. Зои
Космодемьянской



Фото 4. Буктрейлер произвел впечатление на ребят

