

Никитина Олеся Сергеевна

учитель

МБОУ «СОШ №45»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

БУКТРЕЙЛЕР КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К ЧТЕНИЮ

***Аннотация:** в статье рассматривается буктрейлер как современное средство продвижения книги и повышения читательской активности. Обосновывается актуальность проблемы снижения интереса к чтению в условиях конкуренции с интернетом и видеоконтентом. Отмечается роль буктрейлеров в работе библиотек и их потенциал в формировании читательского интереса.*

***Ключевые слова:** буктрейлер, продвижение книги, читательская активность, чтение, библиотека, видеоконтент, медиаресурсы, литературное произведение, читательский интерес, реклама книги.*

Хорошая книга – точно беседа с умным человеком.

Читатель получает от нее знания и обобщение действительности, способность понимать жизнь.

А.Н. Толстой

Чтение книг является очень интересным и полезным занятием в свободное время. Однако в настоящее время на первый план вышло использование интернета. Люди уже не хотят, как раньше читать книги, а предпочитают посмотреть фильм или сериал, послушать книгу в наушниках. Людей, а в особенности детей, стало сложнее заинтересовать какой-либо книгой. Как привлечь их внимание к какому-либо произведению? Я считаю, что это является существенной проблемой в современном мире.

Недавно я узнала о буктрейлере как об одном из новых и привлекающих внимание виде повышения читательской активности. До этого я ни разу не сталкивалась с этим понятием. А знают ли о нём другие люди? Технические инновации дали возможность новым средствам для практического создания и широкого

распространения рекламы изданий в видеоформате. Книга перестает функционировать в той форме, в какой она привычна, соответственно, и способы привлечения к чтению, тоже меняются. Вместо привычных книжных выставок и обзоров в практике библиотек прочно закрепился современный способ продвижения книги – буктрейлеры.

Для начала мне следует разобраться, что же такое буктрейлер и откуда он появился?

Буктрейлер – это короткий видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге.

Многие знакомы с понятием трейлер к фильму, который представляет собой короткий видеоролик с интересными моментами ленты. Вы наверняка видели трейлеры к фильмам, а буктрейлер – то же самое, только к литературному произведению. Подобные видео создаются с целью рекламы литературных произведений. В них авторы стараются заинтересовать читателя.

Цель буктрейлера – рассказать о книге и убедить читателя купить или скачать ваше произведение. В буктрейлере должна быть интрига. Буктрейлер может отражать атмосферу и жанр книги, рассказывать о ее сюжете или героях, содержать цитаты и комментарии автора. Продолжительность ролика – от 1 до 3 минут. При том считается, что короткие варианты лучше. На некоторых онлайн платформах рекомендуют делать 30-секундные буктрейлеры с субтитрами. В таком формате легче удержать внимание пользователей до конца ролика.

Буктрейлеры можно опубликовать не только на видеохостингах, но и в соцсети или прикрепить к карточке любой книги в онлайн-магазине.

Буктрейлер – это больше, чем реклама. Представляя молодому читателю книги и пропагандируя их в мировом культурном сообществе, буктрейлеры превратились в отдельный самобытный жанр, объединяющий литературу и медиаресурсы, а также – сетевые ресурсы. Достижения аудиовизуальной культуры позволяют библиотекарям в динамичной и увлекательной форме донести до потенциального читателя рассказ о книге.

Первый буктрейлер появился в 1986 году. Это было видео к роману американского писателя Джона Фарриса «Wildwood». Ролик содержал фотографию обложки, интересные сцены произведения с участием актеров, изображавших героев книги. Для отображения последних была выполнена видеозапись актерских постановок, на которые специалисты наложили зловещую музыку и закадровый голос. По нынешним временам это видео выглядит немного наивно.

Буктрейлеры стали особенно популярны после 2003 года, когда на книжной ярмарке в Луизиане посетителям показали ролик к роману Кристин Фихан «Темная симфония».

В России первый буктрейлер появился в 2010 году к роману «Псоглавцы» Алексея Иванова. Выпуск ролика обошелся в 10 000 долларов. В России буктрейлеры из рекламы продажи книги превращаются в рекламу чтения произведения и приобретают несколько иную цель, чем продвижение книги с целью получения максимальной прибыли за ее продажу. Это не что иное, как самые запоминающиеся моменты литературного произведения, мини-экранизация книги. Эти ролики смело можно назвать новым видом искусства, сочетающим в себе литературу, кино, рекламу и интернет-технологии.

Сейчас буктрейлеры становятся все популярнее. И этому есть объяснение: в соцсетях видеоконтент получает высокие охваты, люди привыкают получать информацию через образы. Чтение аннотаций к книгам и фильмам уже не так интересно. Поэтому, если вы хотите охватить больше потенциальных читателей, не стоит игнорировать видеоформаты.

Существуют разные виды буктрейлеров.

По способу визуального воплощения текста:

1. игровые;
2. неигровые;
3. анимационные.

Таблица 1

1. Игровые	2. Неигровые	3. Анимационные
Это мини-фильм по книге. Чаще снимают по классическим	Это набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными	Это мультфильм по книге.

произведениям и на основе существующего фильма, используя наиболее выразительные кадры и музыку	разворотами, рисунками, фотографиями и т. п.	
---	--	--

Таблица 2

По содержанию:

1. повествовательные;
2. атмосферные;
3. концептуальные.

1. Повествовательные	2. Атмосферные	3. Концептуальные
Знакомят читателя через музыку и иллюстрации с основами сюжета, сохраняя элементы недосказанности и таинственности	Делают акцент на атмосфере волшебства и магии, подбирая выразительные иллюстрации с таинственными пейзажами и необычными существами	Основаны на рекламе необычной идеи произведения, на мировоззрении автора и на интересных мыслях, которые он хочет донести до читателя, на смысловом содержании книг

В ролике длиной около трех минут информацию о книге надо подать так, чтобы сразу захотелось её прочитать. В целом это должно быть похоже на видеоаннотацию к изданию. Известно, что экранизация книги легко может вывести её в бестселлеры – примеров этому за последние годы было немало, когда после появления на телевидении фильма или сериала по какому-либо произведению, люди сметают его с библиотечных полок. Но буктрейлер не является экранизацией книги. Буктрейлер делает книгу объемной, она перестает быть плоской. Это новый жанр, требующий переосмысления всех вещей, это цельная миниатюра, имеющая свою интригу и сюжет.

Сегодня буктрейлеры активно входят в повседневную жизнь библиотек. Буктрейлеры могут быть посвящены какому-либо автору, серии книг или даже какой-нибудь теме, дате, например, краеведению, юбилею писателя. Также возможно создание буктрейлеров о книжных выставках библиотеки или о самой библиотеке. Соединение смысловой нагрузки с простотой восприятия визуальной информации особенно эффективно в пропаганде книги и чтения. Можно по-

пытаться пересказать за две минуты сюжет романа, инсценировать ключевой момент произведения или придумать что-то совсем оригинальное и новаторское. Главное – зацепить внимание потенциального читателя и побудить к чтению.

На данный момент способы создания буктрейлера делятся на 2 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.

Выделяют следующие этапы создания буктрейлера (рис. 1).



Рис. 1

1. Выбор книги. Необходимо определить возрастную категорию, круг интересующих проблем, затем подобрать подходящее произведение.

2. Подбор материала. Здесь нужно провести большую поисковую работу по подбору фотографий, картинок, видеофрагментов, связанных с данным произведением. Желательно соблюдать единообразие иллюстраций, стилистику музыки и видеоряда. Ролик должен интриговать. Для этого важно подбирать не только яркие и эффектные картинки, но и меткие цитаты. Не стоит пересказывать смысл произведения.

3. Создание сценария. 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. Средний интервал ролика должен составлять 1 – 3 минуты. Аудиотрек должен быть качественным, без шумовых эффектов и с одним уровнем громкости. Шрифт должен быть разборчивым и читабельным. Лучше использовать простой и привычный TimesNewRoman. Необходимо проверить буктрейлер на наличие орфографических и пунктуационных ошибок.

4. Выбор программы для монтирования: Windows Movie Maker. В нём можно обрезать и склеивать кадры, накладывать музыку. Power Point. В нём можно сделать презентацию, а потом записать её в форме видео. InShot, CapCut – видеоредакторы для телефона.

5. Заключительный этап. Демонстрация буктрейлера.

Таким образом, буктрейлер – это ролик-миниатюра, составленный по мотивам прочитанной и полюбившейся книги. Главная задача буктрейлера – заинтересовать и удивить будущего читателя, привлечь внимание к сюжетной линии и героям художественного произведения.

Я считаю, что использование буктрейлеров станет причиной повышения читательской активности. Буктрейлер, без сомнения, влияет на читательский интерес.

Чтение книг имеет много преимуществ: развивает мышление, увеличивает словарный запас, улучшает память, логику и концентрацию внимания, делает людей более общительными и творческими.

Повышение интереса к хорошей и нужной книге зависит от каждого из нас, и все мы должны прилагать усилия к тому, чтобы чтение снова заняло своё лидирующее место среди форм досуга.

Список литературы

1. Шеленев И.А. Проект «Буктрейлеры и их влияние на повышение интереса к чтению» / И.А. Шеленев. – URL: <https://obuchonok.ru/node/11324> (дата обращения: 18.09.2026).