

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары – 17: «Қазіргі аграрлық ғылым: цифрлық трансформация» атты халықаралық ғылыми – тәжірибелік конференцияға материалдар = Материалы международной научно – теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 17: «Современная аграрная наука: цифровая трансформация», посвященной 30 – летию Независимости Республики Казахстан.- 2021.- Т.2, Ч.2 - С. 21-24

БУКТРЕЙЛЕР – СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ РЕКЛАМЫ КНИГИ

*Базарбай Адема, студентка 1 курса
НАО «КазАТУ им.С.Сейфуллина»,
г.Нур-Султан*

Буктрейлер – это жанр, объединяющий литературу, визуальное искусство, электронные и интернет-технологии; небольшой видеоролик (2-3 минуты), рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель работы – заинтересовать, заинтриговать читателя.

Задачи:

- 1)изучить технологию изготовления буктрейлера;
- 2)изучить читательскую активность студентов 1 курса;
- 3)проверить степень влияния буктрейлера на повышение читательской активности.

Актуальность работы:

- низкая читательская активность;
- свободное время ограничено, и на него претендуют Интернет, компьютерные игры, телевизор;
- молодежь восприимчива к рекламе, поэтому буктрейлеры призваны повысить читательский интерес.

Современная молодежь все больше утрачивает интерес к классической литературе. Прошли, к сожалению, те времена, когда все были увлечены чтением, а герои книг становились кумирами для подрастающего поколения. Современная молодежь не мыслит уже свою жизнь без компьютера, телевизора, кинотеатра.

Одной из новых форм продвижения литературы среди молодежи является буктрейлер. Буктрейлер - это видеореклама книги, при которой работают методы, аналогичные рекламам фильмов. Основная его задача - рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя.

«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. Буктрейлер представляет собой мультимедийный жанр и целью его является популяризация чтения среди молодежи.

История возникновения буктрейлеров

Первые буктрейлеры появились в конце 80-х в США в формате слайд-шоу. Первый буктрейлер в формате мини-фильм был снят по книге Кристин Фихан «Темная симфония» в 2003 году, его демонстрировали на книжной

ярмарке в Луизиане. Это событие положило начало популярности буктрейлеров. В последнее время видеоролики о книгах стали очень популярны, обусловлено это тем, что площадкой для их показа блогеры выбирают YouTube.

Буктрейлер - это рекламный анонс новой книги, видеоряд самых интересных и интригующих моментов произведения. Материалы для буктрейлеров используются различные:

- фото,
- рисованные иллюстрации,
- видеонарезка из фильмов (если существует экранизация)
- любительская съемка,
- соответствующее музыкальное сопровождение,
- текстовые слайды.

В странах СНГ 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 аннотация книги в виде видеоролика, визуализирующего самые запоминающиеся моменты литературного произведения, миниэкранизация книги.

Эти ролики смело можно назвать новым видом искусства, сочетающим в себе литературу, кино, рекламу и Интернет-технологии.

Намечается и другая тенденция: создание видеороликов по книгам становится увлечением непрофессионалов. Очень активно приступили к созданию буктрейлеров библиотеки. Как считают журналисты, «можно прогнозировать, что в ближайшем будущем такие опыты станут повальным молодежным хобби. И это вполне в духе времени: цифровая видеокамера сделала доступной возможность довольно качественной любительской съемки»

Виды буктрейлеров

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры делят на 3 группы:

1. Игровые
2. Неигровые
3. Анимационные

Это мини-фильм по книге. Чаще снимают по классическим произведениям и на основе существующего фильма, используя наиболее выразительные кадры и музыку. Это набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями и т. П

Это мультфильм по книге

По содержанию буктрейлеры делятся также на 3 группы:

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

1 Способы создания буктрейлеров

Выбор книги. Мотивацией в выборе книг для создания буктрейлера может быть: адаптация смысла классических произведений, выражение признательности писателю – юбиляру, ориентирование аудитории в потоке произведений современных авторов, ознакомление с книгами, приуроченными к важным историческим событиям.

Создание сценария к буктрейлеру. Студенты анализируют произведение, продумывают сюжет, пишут сценарий. Создание сценария предполагает организацию обсуждений для решения проблем, связанных с пониманием смысла произведения и переносом его на экран, выбором типа буктрейлера. Например, если это повествовательный буктрейлер – необходимо продумать интригу, если это атмосферный буктрейлер – нужно определить настроение книги, средства для передачи этого настроения. Создание сценария можно считать альтернативой традиционному сочинению, которая принесет учащимся большее удовольствие.

Подбор материалов для видеоряда: картинок, фотографий, отсканированных иллюстраций к книге, кадров из фильма. Труднее обстоит дело с жанром мини-фильма. Для этого необходима подготовительная работа с текстом, раскрытие актерского потенциала студентов, снятие сценического напряжения, боязни камеры, внутренних зажимов.

Подбор музыки, запись текста, если это предусмотрено по сценарию.

Выбор программы для монтажа видео. Монтаж.

Форма работы при создании буктрейлера – индивидуальная, парная, групповая работа.

Используемые приемы – сочетание воспитательно-педагогических методов, театральные приемы, помогающих актеру понять своего героя, постигая общий контекст и идеи произведения

2 Основные этапы работы по созданию буктрейлеров

Этап 1 - Выбор книги для рекламы.

Проводим анкетирование среди студентов 1 курса с целью выяснения, какие книги они предпочитают читать, жанры, любимые авторы и т.д. После проведенного опроса выявляем следующие жанры: мировая классика, детективы, научная фантастика, психологическая литература, историческая проза, приключения, военная хроника.

Среди авторов большой популярностью пользуются М.Ауэзов, Л.Толстой, И.Тургенев, Джек Лондон, Джейн Остин, Агата Кристи, С.Кинг, У.Голдинг, Р.Бредбери, Д.Браун. Следует отметить, что большой популярностью у молодежи пользуется зарубежная литература. Их привлекает глубокий психологизм, гротескная антиутопия, философское

Этап 2 - Создание сценария к буктрейлеру

Продумать сюжет и написать текст. Сюжет - это основа нашего видеоролика. Важно внести интригу и выстроить сюжет таким образом,

чтобы непременно читателю захотелось узнать, что же будет дальше. Но сначала необходимо было самим прочитать все из вышеперечисленных произведений.

Этап 3 - Процесс создания буктрейлера с помощью программных средств.

1) Подбор материалов для видеоряда: картинки, иллюстрации книги, свое видео или поиск видео по тематике в интернете. Выбор программы для работы с видео. Их представлено множество. Можно взять программу Киностудия WindowsLive, эта программа нам хорошо знакома. Один из роликом изготовлен с использованием программы создания слайд-шоу ФотоШОУ PRO, а также использована программа «Видео МАСТЕР» для обрезки видео. Помимо этого мы использовали простые футажи – это готовые видеофрагменты.

Этап 4 - Экспертиза.

Просмотреть получившийся буктрейлер, при необходимости - внести исправления. Важно, чтобы ролики не превышали допустимые нормы, студенты должны успевать читать титры. Когда ролики готовы, можно начинать их просмотр.

3 Опрос и анализ полученных данных

С целью изучения вопроса нами был проведён опрос среди пятиклассников. Были заданы следующие вопросы:

- 1.Что такое буктрейлер?
- 2.Видиоролики к каким книгам вы посмотрели?
- 3.Вызвали эти просмотры интерес к прочтению?
- 4.Хотелось бы вам тоже создать буктрейлер?
- 5.Какие произведения литературы вы бы выбрали для этой цели?
- 6.Как вы оцениваете созданные нами буктрейлеры?
- 7.Можно ли при помощи буктрейлеров воспитывать любовь к литературе?
- 8.Есть ли смысл продолжения нашей работы?

Данные опроса показали, что большинство респондентов знают предмет изучения. Почти все опрашиваемые хотели бы создать буктрейлеры. Участники опроса перечислили произведения русских и зарубежных писателей, которые читали и хотят вызвать интерес посредством рекламных роликов у одноклассников и младших школьников. Многие считают нашу работу полезной и видят целесообразность её продолжения.

Заключение

Мы рассказали далеко не о всех возможностях интернет ресурсов. В данной работе мы подняли проблемы отношения и способы привлечения студентов к классической литературе. Показали результаты исследования, которые определили круг чтения и интересы наших однокурсников. В своей работе мы отметили положительный эффект от применения нового способа привлечения внимания учащейся молодежи к классической литературе посредством буктрейлера. Именно благодаря современным технологиям, используя возможности Интернета, мы хотим заинтересовать молодежь чтением классической литературы.

Прочитав тексты художественных произведений, познакомившись с буктрейлерами, создав свои видеоролики, мы пришли к следующим выводам:

- Буктрейлеры способствуют появлению интереса к прочтению классических и современных произведений литературы.

- Буктрейлеры помогают понять содержание литературного произведения.

Мы, молодежь, очень восприимчива к рекламе, поэтому буктрейлер в целях повышения читательского интереса на сегодняшний день очень актуален.

- Буктрейлер является, на наш взгляд, прекрасным инструментом продвижения книги.

Работа над созданием буктрейлера интересна и познавательна. Она показала, какой неисчерпаемый и благодатный материал содержит эта тема, научила ещё больше любить литературу и бережно относиться к ней.

Список использованной литературы

1 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 стр.

2 Ю. Щербинина. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России. Журнал / Вопросы литературы, №3, 2012,

3 Интернет источник: Школа вдохновения. Статья «Буктрейлер – рекламный «фильм» о книге» <http://school-of-inspiration.ru/buktrejler-reklamnyj-film-o-knige2014>

4 Буктрейлер – современный способ продвижения книги в библиотеке <http://nowbibl.ru/2016/04/buktrejler-sovremenny-j-sposob-prodvizheniya-knigi-v-biblioteke/>

5 Туксайтова Р.О. Русский язык в мультикультурном пространстве Казахстана: государственная политика и общественные настроения. in Web of Science. Quaestio Rossica vol.4 2016 №4 p.94-107.

Научный руководитель: ст.преподаватель Омарова Г.Т.