

М. А. Бухалко  
учащаяся 11 «А» класса  
ГУО «Средняя школа № 4 г. Иваново»

### **«ДУХОВНОЕ ОБНИЩАНИЕ ИЛИ СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ЛИТЕРАТУРУ?» (БУКТРЕЙЛЕР КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА)**

В современном обществе поменялось не только отношение к книге, но и способы общения с ней: книга стала звучать в наушниках, приобрела электронный формат. Она все менее и менее перестает действовать в той форме, в какой она привычна нам, соответственно, и способы привлечения к чтению также меняются. Одним из новых и привлекающих внимание видов стал буктрейлер. Цель такого ролика — пропаганда чтения и привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств.

Литература — особый учебный предмет, соединяющий науку и искусство. Она остаётся главным источником, из которого мы приобретаем знания. Чтение оказывает воздействие не только на сознание, но и на глубинный мир чувств и поступков современных подростков. Слово может стимулировать желание у подростков становиться лучше, побудить сделать что-то хорошее, способствовать пониманию человеческих отношений, ориентировать на нормы общественного поведения.

Большая проблема подростка сегодня состоит в том, что развитие новых технологий, значительно упрощающих нашу повседневную жизнь, серьезно изменило процесс чтения. Проблема развития у учащихся интереса к чтению становится проблемой поколения номер один.

Это достаточно серьезная проблема, которая послужила основанием для поиска новых способов продвижения книг и чтения. Появилась необходимость пробудить у обучающегося желание прочитать предложенное произведение и осмыслить его содержание.

В поисках решения этой проблемы был найден современный способ продвижения книги — буктрейлер. Буктрейлер — рекламный ролик книги, пик распространения которого приходится на начало XXI века. Буктрейлер призван продвигать книгу, способствовать доведению её содержания до читателя, оставить след в его сознании. В то же время он должен интриговать, вызывать желание самостоятельно прочитать книгу. Создание буктрейлеров — это прекрасная перспектива привлечения новых читателей.

С появлением компьютерных технологий и возможности свободного выхода в сеть Интернет интерес у учащихся к чтению падает. Говоря о мотивации чтения, нельзя обойти вниманием стимул, диктуемый модой. С современными подростками нужно говорить на их языке, бывать в местах их «обитания» — сети Интернет. Поэтому, возможно, буктрейлер сегодня является одним из самых эффективных средств для повышения читательского интереса.

К сожалению, прошли времена, когда дети шли к книге, сейчас книга сама должна прийти к детям. Сверстники в силу своих психологических особенностей очень восприимчивы к рекламе, поэтому буктрейлер на сегодняшний день является самым актуальным средством для повышения читательского интереса.

Мы все знаем, что нельзя заставить читать, можно лишь «заразить» чтением. Привлечение к чтению — весьма сложная задача, решить которую быстро и легко невозможно. Особенно сегодня, когда многие воспринимают книгу как прошлый век и чтение кажется неактуальным, порой архаичным занятием. Но буктрейлер — это именно тот случай, когда «клиповое» мышление современных детей можно использовать для привлечения к созданию проекта, используя современные технологии.

Проблема чтения является одной из наиболее актуальных проблем современного мира. Большинство стран, в том числе и Беларусь, активно предпринимают попытки противодействовать неуклонному снижению интереса к чтению у подрастающего поколения, но существенных результатов в этом направлении пока достичь никому не удалось.

Центральная причина кроется в том, что современный подросток категорически отказывается делать то, что ему не нравится. Проблема останется до тех пор, пока подросток не поймет, что чтение — источник радости.

Книга является тем незаменимым инструментом, который помогает сформировать нравственные принципы, моральные устои и культурные ценности, овладеть информацией, развивать фантазию, научить думать, анализировать, оценивать собственные и чужие поступки, научиться грамотно писать.

Одна из главных причин снижения чтения современного подростка заключается в распространении мультимедийных технологий, которые занимают с каждым годом все большее место в информационном пространстве.

Для добычи полезной информации большинство школьников используют Интернет. Тут придаться не к чему — Интернет

намного удобнее и быстрее такой альтернативы, как поход в библиотеку. Проще найти информацию, нажав пару клавиш на клавиатуре, чем пролистать пару-тройку книг. Что касается нежелания проводить досуг с книгой, то здесь тоже все понятно: за дни учебы дети получают такой поток различной информации, что на чтение книг у них не остаётся ни желания, ни сил. У современного подростка происходит общее снижение интереса к чтению. Нет культа книги, общей заразительности, когда одна потрёпанная книжка переходила из рук в руки. Нет дефицита книг, а что доступно, то неинтересно.

На чтение подростков вдохновляют отзывы их ровесников. И порой дети погружаются в мир «дешёвой» литературы. В качестве других влиятельных источников рекомендаций книг для чтения подростки выбирают телевидение, школьную программу, Интернет.

Школа самым активным образом влияет на расширение репертуара чтения старшего подростка. Однако любви и тяги к книге такое чтение не прививает, скорее наоборот — из-за больших нагрузок происходит неприятие, отторжение чтения как такового, и, как следствие этого, исчезновение его из досуговой сферы. Подросток настолько плотно загружен учёбой и дополнительными занятиями, что на вдумчивое чтение у него просто не остаётся сил и времени.

Конечно, подростки продолжают читать классическую литературу только по школьной программе и для «галочки», чтобы не получить «двойку», читают «по нужде», а не по собственному выбору. Главный мотив чтения — это мотив принуждения («заставляют», «задают»).

В современном мире, к сожалению, многие подростки постепенно забывают о книгах, поскольку убеждены в том, что их легко может заменить телевидение и Интернет. Но компьютер никогда не сможет передать ощущения перелистывания страниц. Некоторые люди просто безумно любят держать книги в руках, поскольку считают их истинным «чудом», которое помогает перенестись в мир спокойствия, любви и романтики. Именно чтение избавляет читателей от повседневной суеты, различных забот и бесконечных проблем.

Проблема приобщения к чтению современных школьников становится предметом общественного интереса. Интеллектуальное и нравственное развитие подростков напрямую связано с получаемой ими информацией. Огромную роль в формировании лично-

сти играют средства массовой коммуникации и книги. В нынешнее время статус чтения, его роль, отношение к нему сильно меняется.

Одна из самых актуальных проблем современной школы является приобщение подростка к чтению художественной литературы. Проанализировав различные источники по проблеме приобщения подростка к чтению художественной литературы, мы выделили некоторые аспекты, которые могут способствовать пробуждению интереса современного подростка к чтению: эмоции, повышение интеллекта, помощь в учебе, побуждение к нравственным поступкам, буктрейлер, ресурсы Интернета.

Каждое поколение обязательно считает себя лучше, умнее и современнее своих предшественников. Новшества коснулись и процесса запечатления событий, а также способов получения информации. Если раньше современники событий писали летописи и хроники, мемуары и дневники, потом появилась периодическая печать, на смену ей гордо и, казалось, надолго пришло телевидение, то в XXI веке мир погрузился в сети всемирной паутины. Интернет породил новую эпоху в информационной сфере. Доступность и легкость извлечения любой информации сделали людей заложниками своих интересов, увлечений и слабостей. Информация любого рода стала самым привлекательным товаром.

Буктрейлер как новый способ рекламы книги известен относительно недавно. Цель таких роликов — реклама литературных произведений и пропаганда чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств, характерных для трейлеров к кинофильмам. Как правило, продолжительность буктрейлера составляет не более 3 минут. Такие ролики снимают как к современным книгам, так и к книгам, ставшим литературной классикой.

Буктрейлер призван продвигать книгу, способствовать доведению ее содержания до читателя, оставить след в его сознании. Он должен интриговать, вызывать желание самостоятельно прочитать книгу.

С помощью буктрейлеров можно познакомить нечитающего человека с замечательными авторами, интересными и действительно качественными книгами. Создание буктрейлеров — это прекрасная перспектива привлечения новых читателей.

Буктрейлер можно классифицировать по двум параметрам.

1. По способу визуального представления текста буктрейлеры могут быть: игровые (минифильм по книге); неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, тематическими рисунками, фотографиями и т. п.).

Игровые буктрейлеры снимают по классическим произведениям и на основе существующего фильма, используя наиболее выразительные кадры и музыку.

Неигровой вид при должном старании доступен любому начинающему автору, главное — подобрать подходящие иллюстрации, музыку и цитаты.

2. По содержанию: повествовательные (презентующие основу сюжета произведения); атмосферные (передающие основные настроения книги и ожидаемые читательские эмоции); концептуальные (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста). Эти классификации условны и универсальны. Главное — зацепить внимание потенциального читателя и побудить к чтению.

Буктрейлер решает несколько задач: привлечение внимания к книге; создание аудитории читателей; формирование персонального бренда писателя.

Сегодня буктрейлеры активно входят в повседневную жизнь современного школьника. Соединение смысловой нагрузки с простотой восприятия визуальной информации особенно эффективно в пропаганде книги и чтения.

Этапы создания могут отличаться в зависимости от личности автора, его творческой задумки и манеры воплощения. До сих пор не существует общепринятых требований к буктрейлерам и к их продолжительности. Специализированный англоязычный блог о буктрейлерах заявляет продолжительность ролика одну — полторы минуты. Российские ролики в среднем укладываются в интервал от одной до трёх минут. Выделяют 2 способа создания буктрейлера: слайд-шоу (видеоклип, формируемый из фотографий); постановочный минифильм (в технике анимации, слайд-шоу и любой другой с музыкой, голосовой озвучкой и т. п.).

Существуют основные этапы работы по созданию буктрейлера: выбрать книги, о которых хочешь рассказать другим; посмотреть примеры существующих профессиональных и любительских буктрейлеров; продумать идею своего буктрейлера; создать сценарий; найти иллюстрации, видеоматериалы; записать аудиоматериал: озвученный текст, голоса, звуки, музыка; объединить имеющиеся аудио и видеоматериалы в ролик, используя специальные программы для работы с видео; просмотреть получившийся буктрейлер; демонстрация буктрейлера.

Однозначного мнения о буктрейлере составить нельзя, как, впрочем, и о любом актуальном явлении. Но бесспорным явля-

ется тот факт, что масштаб влияния буктрейлера на сферу жизни современного подростка возрастает с каждым днем. Он развлекает, предоставляет информацию, обучает.

К сожалению, многие буктрейлеры в TikTok набирают популярность благодаря плохому имиджу, пропаганде неподобающего поведения. Поэтому в путешествии по TikTok необходимо подходить к материалам избирательно. Самое важное в эпоху интернета и доступности информации научиться подростку критически воспринимать материалы, проверять источники, сомневаться, получать необходимые знания, самостоятельно учиться.

Мир не стоит на месте и уже никогда не будет прежним. Это неизбежно, как и технический прогресс. У любых новых идей и технологий найдутся как сторонники и почитатели, так и яркие противники, воспринимающие всё новое «в штыки». Чаще всего, «пионерами» и движущей силой прогресса является молодежь. В «своем времени» предпочитает жить старшее поколение — они так привыкли, и меняться им особенно ни к чему. Отсюда знаменитый «конфликт поколений». Но, продвигаясь вперед в своём развитии, человечеству необходимо помнить и о развитии нравственном, иначе это, скорее, будет шаг назад, чем вперед.

#### **Список использованных источников**

1. Бабкина, М. В. Формирование познавательных, регулятивных коммуникативных универсальных учебных действий на уроках литературного чтения. Создание и использование буктрейлера на уроках литературного чтения / М. В. Бабкина, Е. А. Баранова // Молодой ученый. — 2016. — № 5–6. — С. 7–9.
2. Банина, Т. В. Буктрейлер: смотреть нельзя читать / Т. В. Банина // Образование: ребенок и ученик. — 2015. — № 2.
3. Волкова, Н. В. Буктрейлер как «визуальное эссе» в контексте формирования читательского интереса / Н. В. Волкова // Культура. Духовность. Общество. — 2015. — № 16. — С. 209–213.
4. Музалев, А. Как сделать буктрейлер [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://liter-rm.ru/kak-sdelat-buktrejler.html>. — Дата доступа: 27.12.2021.
5. Черных, О. С. Буктрейлеры: классификация, идиостиль, композиция и связь с претекстом / О. С. Черных // Язык. Текст : материалы международной научно-практической конференции. — Екатеринбург : УрФУ, 2018.
6. Колесникова, О. Г. Продвижение книги и чтения в электронной среде [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://unatlib.ru>. — Дата доступа: 29.01.2022.