

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение “Гимназия № 7
“Ступени”

Исследовательская работа на тему:
Буктрейлер, как средство повышения читательской активности

Автор: Павлюченко Дарья

7”А” класс

МБОУ “Гимназия № 7

“Ступени”

Научный руководитель:

Балабанова О.В.

Оглавление

Введение	
Основная часть	
1. Определение роли чтения	
1.1. Чтение в историческом аспекте	
1.2. Виды чтения	
1.3. Роль чтения в развитии и становлении личности	
2. Технологии продвижения и популяризации чтения	
3. Особенности разработки видеороликов в рекламе книг	
4. Создание буктрейлера к литературному произведению	

Введение

Стремление познавать новое через книги была заложена во мне ещё с раннего детства. Я считаю, что чтение имеет много положительных качеств, и прежде всего это то несравнимое чувство погружения в мир строк и букв, когда в условиях особой атмосферы, можно проникнуть в захватывающий мир чтения. Чтение книг - это особый способ развития собственной личности, познания окружающего мира. Через чтение, от автора к читателю передается нечто большее, чем просто информация. Однако, далеко не для всех книга является приоритетным источником информации. Продуктивность современных средств массовой информации в разы превышает традиционные: мобильная связь связывает людей гораздо быстрее рукописного письма, а интернет способен предоставить куда большие сведения, чем например газета или книга. Но во многом, повышение продуктивности какой-либо деятельности не всегда положительно сказывается на её эффективности. По большей мере это связано с тем, что полученные книжные знания нужно осмыслить, предварительно их прочитав. Бытует мнение о том, что лучше посмотреть краткое содержание книги в интернете, чем прочитать книгу, например для того чтобы подготовиться к уроку. Мне стало интересно, существует ли способ, который может способствовать усилению мотивации к чтению книг, особенно у аудитории, которая в этом не заинтересована.

В одном из книжных магазинов, я однажды увидела интересную рекламу, в которой рассказывали о популярной детской книге. Сам сюжет ролика и его красочность привлекала, и мне эта идея показалась интересной. Позже я узнала, что ролики подобного жанра называют буктрейлером. Таким образом мною было принято решение изучить подобную технологию и узнать, действительно ли буктрейлер способен эффективно привлечь внимание к такому роду занятия как чтение книг.

Цель: изучить степень влияния средств рекламных технологий в привлечении читательской активности, на примере буктрейлера.

Задачи:

1. Определить роль чтения в различных аспектах человеческого общества;
2. Выявить технологии продвижения печатных литературных произведений;
3. Рассмотреть технологию изготовления буктрейлера.

Гипотеза: мы предполагаем, что созданный мной буктрейлер положительно повлияет на привлечение читательской активности.

Наша работа актуальна в качестве методического материала по заданной теме. В качестве информационного материала, теоретическая часть нашей работы может быть использована в образовательных учреждениях с уклоном в изучении средств массовой коммуникации. Практическая часть в качестве руководства и наглядного примера может быть использована при дальнейшем создании подобных информационных продуктов.

Основная часть

1. Определение роли чтения

1.1 Чтение в историческом аспекте

Чтение является средством обмена информацией, при котором взаимосвязь между участниками коммуникации происходит через способность восприятия текста. В чтении сочетаются фонетический и семантический процессы, при которых зашифрованное одним человеком послание при помощи графических символов переводится в устную речь в рамках конкретных условий, например: языковой принадлежности, культурного уровня восприятия, сложившегося жизненного опыта.

Феномен появления чтения можно отнести к самой заре становления и развития цивилизации. Также это является основополагающей, движущей силой. Невозможно представить культурное, научное и общественное развитие без возможности передачи информации между людьми.

Процесс графического нанесения символов, имеющих смысловое значение, на носитель стал необходимым этапом после так называемого устного способа передачи информации. В особенности, до изобретения письменности, важные знания передавались напрямую от человека к человеку, и сохранялись посредством биологической памяти. Подобный процесс имел один существенный недостаток: при исключении одного из участников коммуникации, процесс передачи информации мог прекратиться и, что более чем вероятно, совершенно исчезнуть.

Таким образом, в помощь устному общению пришло использование графических символов. В древнем мире пещерного периода общение между людьми, помимо зарождающегося речевого, было построено на использовании различных невербальных символов. Для этого применялись различные элементы окружающего мира: объекты живой и неживой природы.

На заре человечества, в первобытную эпоху, для нанесения различных информационных знаков и символов использовались каменные стены пещер и различные красящие материалы: соки растений, смолы, глина и уголь. Этот носитель и по сей день сохранил творчество древних людей в виде наскальной живописи на скальной породе. Эти рисунки несли в себе как сакральный, так и вполне бытовой смысл. И прочесть эти записи мог практически каждый, кому были знакомы события, изображенные на рисунках: сцены охоты, места урожайных и рыбных мест, карты местности и облики жителей соседних общин (Приложение А, рис.1).

Особенно возросла роль книг и важность навыка чтения в период становления и развития культур древних цивилизаций. Найденные и ныне исследуемые записи с табличек Шумера, древнего Египта и древней Греции в большей степени представляют собой некую документацию, и включают очень много важной информации об экономическом и политическом устройстве жизни людей того времени (Приложение А, рис.2). Важно отметить, что грамотность, а именно

способность читать и писать в древнем мире была доступна довольно узкому кругу лиц, в первую очередь представителям политической власти, высшим военным чинам, торговцам, служителям культов и ученым. Представители более низких сословий оставались по большей мере безграмотными.

Именно поэтому чтение первой художественной литературы с самого её зарождения в античности, являлось прерогативой светского общества. Позже, с развитием общественного образования, литература стала постепенно проникать в массы, и уже не воспринималась чем-то недоступным. Однако, на протяжении нескольких веков, через Средневековье к эпохе Возрождения, культура чтения претерпевала как резкие взлеты, так и большие провалы. С изобретением книгопечатного станка в середине 15-го века и возможностью масштабного производства книг, возрос интерес к их использованию (Приложение А, рис.3).

Период эпохи Просвещения охарактеризован бурным литературным расцветом. На волне свежих идей и интересов, связанных с расширением границ понимания мироустройства, возникает множество литературных художественных жанров, чтение которых становится очень популярным. С того времени и до новейшего этапа истории, чтение стало явлением безграничным и масштабным, необходимость в котором укладывается во все мыслимые сферы человеческой жизни.

1.2 Виды чтения

Чтение, это процесс, в котором реализуются разнообразные коммуникативные задачи. Таким образом, в зависимости от специфики каждой из задач выделяют основные виды чтения: ознакомительное и изучающее.

Ознакомительное чтение представляет собой избирательное взаимодействие с информацией для поверхностного анализа его содержания. Этот процесс предполагает:

- осмысление названия, заголовка, эпиграфа;
- идентификация автора текста, его стилистических особенностей;
- знакомство с титулом и выходными данными;
- чтение аннотации;
- просматривание иллюстраций и других внетекстовых компонентов (Приложение А, рис.4).

Предварительный анализ содержания текста оказывает мотивирующее воздействие на читателя. В ходе ознакомительного чтения реализуется механизм прогнозирования, который организует мыслительный процесс ещё до контакта с основной информацией и тем самым оказывает положительное воздействие на результат чтения в целом. Знакомство с содержанием позволяет выделить наиболее важные элементы, отвечающие критериям поиска, и как следствие, влияющие на окончательный выбор наиболее эффективного носителя информации.

При чтении начинается активная мыслительная работа, которая связана с запоминанием текста. Чтобы оно не было механическим, нужно стремиться к тому, чтобы выразить основное содержание текста не только в виде пересказа, но и в виде плана, схемы, таблицы, рисунков.

Активная мыслительная работа, во время чтения, проявляется в умении искать в тексте скрытые вопросы по содержанию текста и выделять, для себя, неизвестное и непонятное. Она продолжается и после чтения. На этом этапе необходимо проверить удалось ли сформулировать основную мысль прочитанного, выбрать и обработать нужную информацию для выполнения конкретного задания.

1.3 Роль чтения в развитии и становлении личности

Говоря о роли чтения, в первую очередь следует отметить её важное значение в воспитании личности человека. Книга является уникальной, фундаментальной формой хранения и распространения накопленных человечеством знаний. Через мастерство писателя, самые разнообразные жизненные аспекты, преобразуясь в метафорические образы, достигают читателя, там самым формируя картину базовых истин и ранжируя приоритеты.

Динамика формирования средств коммуникации оказывает прямое влияние и на читательское поведение. Трансформируются и предпочтения, связанные со стилистическими особенностями информации. Например, на заре XX-го века, в эпоху значительных сдвигов в технической индустрии, чтение популярной ранее художественной романтической литературы сравнивалось с чтением информационных периодических изданий - газет и журналов. Появление телевидения снизило важность газет, а появление интернета и современных онлайн-площадок практически полностью вытеснило прочие источники информации из жизни людей (Приложение А, рис.5).

Чтение существует, но оно приобрело иную форму. Сфера художественной литературы всегда имела важное значение в вопросе развития речи, грамотности, интеллекта, нравственного воспитания. Однако в условиях современных тенденций, принципы построения эмоциональной основы литературных произведений претерпели примитивизацию. Важным фактором в современной литературе все чаще является достижение определенных экономических целей. А это возможно, в основном, через расширение охвата аудитории, чего гораздо проще достичь, если конечный информационный продукт будет отвечать потребительским качествам: доступностью и эффективностью.

Результатом этого процесса является снижение образованности, размытие границ моральных и этических норм. Средством же преодоления этого барьера является литературное образование, которое может сориентировать современного читателя в информационном пространстве, научив выявлять и отличать качественную литературу от некачественной и правильно ее воспринимать.

Современный мир, в котором сейчас растут дети, подвержен влиянию разрушительных факторов. Вследствие чего необходимо с помощью художественной литературы расширять жизненный опыт ребенка, создавать для него духовно – эмоциональную среду. Чтение книг пробуждает любовь, уважение, гордость к русской литературе и искусству прошлого, к выдающимся памятникам литературы, к достижениям художественной культуры. Сопереживание героям, через соучастие и сочувствие происходит через постижение идеалов и через сопереживание героям.

Можно сделать вывод, что формирование таких чувств, как отзывчивость, взаимопомощь, любовь к своей Родине, благородство и доброта способствует художественная литература.

2. Технологии продвижения и популяризации чтения

Место для реализации различного вида продукции называют рынком. Книжный рынок представляют на сегодняшний день два вида носителей информации: бумажный и электронный.

Бумажные книги в основном продаются в специализированных книжных магазинах, выдаются во временное пользование в интернете, а также посредством интернет-площадок. Электронные же книги продаются в основном на порталах электронных сервисов.

Приобретение бумажной книги на сегодняшний день, как и чтение с бумажных носителей, является актом скорее традиционным, и относящимся к определенной аудитории. К положительным качествам бумажного носителя можно отнести в первую очередь удобство, ведь книга не требует ничего, кроме присутствия самого читателя. Глобальное использование электронных гаджетов является ещё весьма новым явлением, и поэтому большая часть читающих жителей планеты привыкли к этому физическому носителю информации. Для многих читателей важным критерием для чтения может быть не только внешний вид, но и такие особенности как: фактура и запах страниц, цвет бумаги и насыщенность шрифта, габариты и оформление книги.

Но существуют и отрицательные стороны бумажных книг. В первую очередь, бумага как материал, подвержена внешним факторам и может испортиться, от чего пострадает информация. Книги занимают довольно большое пространство и требуют определенного ухода в быту. Для поиска нужной информации, необходимо использование нескольких книг, что в современных условиях может стать проблемой и вызвать неудобство.

В большей степени это решается использованием электронных книг. Как таковая, электронная книга - это компьютерный код, который преобразуется в изображение на цифровом носителе. На сегодняшний день воспроизводить электронные книги способны практически все цифровые устройства, которые имеют экран. Также, электронные книги могут быть воспроизведены посредством программ, синтезирующих человеческую речь, тем самым переводя письменный текст в аудио формат.

У всех этих носителей существуют и свои приверженцы, и свои противники. Эти читатели сегодня и образует потребительский спрос на рынке книг. Отмечается, что этот рынок с каждым годом слабеет, но для его поддержания постоянно применяются новые меры для удержания и расширения охвата аудитории. Основным инструментом здесь выступают маркетинговые технологий. При помощи рекламных средств, а также создания информационного пространства, книжные издательства и ритейлеры организуют продвижение своей продукции. Среди наиболее популярных и эффективных способов можно выделить:

Имиджевое продвижение автора книги. В этом случае создается интерес аудитории к именно к автору книги, через продвижение в средствах СМИ реальной или вымышленной легенды о нем самом или о процессе создания книги;

Реализация бесплатного издания. Некоторые редакции, чтобы привлечь внимание творчеству автора, выпускают версию книги на безвозмездной основе для читателя. Это может быть как целая книга, так и её отрывок;

Информационная поддержка. Помимо традиционных пресс-конференций, встреч с автором и презентаций, повлиять на отношение к произведению или автору могут и авторы различных интернет блогов, обладающих широкой аудиторией. Выступая в качестве лидера мнений, блогеры способны оказать значительное влияние на отношение к рекламируемому ими товару, например, книге;

Создание медиа-контента. Аудио и видео ролики в рамках видеоблога или интернет подкаста, являются весьма эффективным средством продвижения как для издательств так и для авторов. Среди подобных продуктов можно выделить буктрейлер. Это короткий видеоролик, представляющий собой своеобразную аннотацию к изданию (Приложение А, рис.6).

Помимо продвижения книг как товарных единиц, подобные инструменты популяризируют само чтение, создавая заинтересованность аудитории и привлекая новых читателей.

3. Особенности разработки видеороликов в рекламе книг

Буктрейлером называют видеоролик, сюжет которого выстроен по мотивам книжного издания, и направлен на его продвижение в рекламных целях. В подобных видео, как и в обыкновенных кино трейлерах, зрителю представляют наиболее яркие моменты из произведения.

Особенностью книжного формата является процесс визуальной реализации сценария, основанного иск на материале самой книги. Буктрейлер должен быть в первую очередь привлекающим внимание и запоминающимся. Достигается это динамичными и глубокими смысловыми сценами, ярким оформлением и эффектами, также используется музыкальное и голосовое сопровождение.

Буктрейлеры можно классифицировать по их содержанию и по способу визуального воплощения. К первым относят игровые, неигровые и анимационные ролики, а ко вторым - повествовательные, атмосферные и концептуальные.

Игровые ролики представляют собой фильм в короткометражном формате. В создании таких роликов принимают участие актеры, тогда как для создания неигровых буктрейлеров используют иллюстрации, фотографии и прочие графические материалы. В роликах анимационного характера, используется метод мультипликации, в которых элементы, составляющие видеоряд, создаются художником.

В повествовательных роликах, зрителю показывают фрагменты из сюжета книги. Атмосферные ролики же являются более художественными, и эмоционально передают именно настроение книги. В концептуальных роликах на передний план выносят ключевую идею книги.

Процесс изготовления буктрейлера укладывается в рамки типичного видеопроизводства, однако имеет некоторые особенности:

- Сюжет данного видео должен быть в большей степени основан на книге, о которой будет идти речь. В случае продвижения книги важна осознанность, т.е. прежде чем создавать рекламу какому либо товару, его сначала нужно достаточно хорошо узнать. В особенности это касается литературы, так как книгу определяет не только жанр, но и стиль автора, а также множество факторов, способных повлиять на возникновение такого понятия как “хорошая” или “плохая книга”. Поэтому важным моментом на начальном этапе работы с буктрейлером является достаточно глубокое ознакомление с содержанием книги;

- Так как буктрейлер является формой рекламного сообщения, то основная его задача: привлечь внимание. В рекламе данный процесс обозначают термином “якорь”. На этом принципе основаны практически все виды рекламной продукции: листовки, афиши, витрины. Основной задачей “якоря” является эффективное воздействие на психоэмоциональном уровне человека с целью обратить внимание на сообщение. К подобной технологии относятся такие приемы как использование запоминающихся цветов, выразительных текстов, яркой и эмоциональной картинки. После ознакомления с содержанием книги, достаточно отметить наиболее запомнившиеся моменты, чтобы этого было достаточно для составления сюжетной линии видеоролика. Однако, следует учитывать субъективность личных суждений, и ориентироваться на общепонятные моменты, которые одинаково воспринимались самыми разными людьми. Например, стоит обратить внимание на проявление эмоций в повествовательном процессе: радость, грусть, любовь, злость и т.п;

- Логика повествования в сюжете видеоролика должна укладываться в сюжет книги, однако события, взятые из книги, могут быть дополнены дополнительными сюжетными вставками. Ими могут быть, например, цитаты литературных критиков. Как и в любом произведении, сценарий буктрейлера должен быть последователен и включать следующие элементы: завязку, развитие действия, кульминационный момент и развязку. Развитие действия и кульминационный момент допустимо повторять несколько раз. В начале и в конце ролика следует указать прямо либо косвенно на название произведения и его автора - это необходимо для того, чтобы зритель в начале смог получить ознакомительную информацию, а после просмотра эту информацию закрепить в памяти;

- Особое внимание следует уделить технической стороне реализации видеопрокта, а именно съемке и постобработке видео, ведь именно от этого будет зависеть конечное качество буктрейлера. Прежде всего важно тщательно изучить перечень необходимых для съемок материалов, выбрать соответствующий реквизит и распланировать места и время съемок. Буктрейлер может содержать как материалы, которые можно взять из уже готовых видео, так и видео, созданное самостоятельно. Последнее считается наиболее верным, так как в таком случае возможно не только внести собственную долю видения, но и соблюсти требования о защите и сохранении авторских прав. Любой материал, не связанный с видео, а именно изображения, сканы, фотографии, рисунки следует подготовить заранее. Также, при постановочном видео, могут потребоваться участники-актеры, работу с которыми следует спланировать заранее, договорившись об условиях съемок, месте и времени проведения работ;

- Готовый видео и фото материал на завершающем этапе монтируется при помощи соответствующих программ в единый видеоряд. Для того, чтобы конечное видео получилось достойным внимания, следует изучить особенности работы с программами видеомонтажа, рассмотреть основные функции и режимы работы. Помимо визуальной картинки, следует учесть необходимость работы с аудиосопровождением: музыкой, голосом и звуком. Эти элементы также должны отвечать сюжетному замыслу, быть уместны, понятны и в нужное время работать как средство привлечения внимания зрителя.

Получившееся видео обязательно нужно просмотреть в составе группы людей, способных высказать собственное критическое мнение. На основании рекомендаций и замечаний можно в дальнейшем сделать необходимые корректировки.

4. Создание собственного буктрейлера

В практической части нашего исследования нами было принято решение проверить эффективность использования буктрейлера в качестве средства продвижения литературного произведения. Нами была выбрана книга “Около музыки”, отечественной писательницы Нины Дашевской. В 2014 году сразу две книги писательницы были отмечены литературными наградами: сборник подростковых рассказов «Около музыки» победил в номинации «Воспитание чувств» на конкурсе «Новая детская литература» и занял первое место на конкурсе «Кенгуру», а повесть «Вилли» завоевала Крапивинскую премию.

Это произведение написано в жанре подростковой прозы, и ориентирована на детское чтение начиная с возраста шести лет. В этой книге автор поднимает социальную проблематику взросления и детства, через лиричные образы главных героев показывая нам чувства и переживания, которые возникают в душе практически каждого ребенка.

Жанр современной детской литературы испытывает значительный подъем во всем мире. Многие книги, ориентированные на юного читателя обязательно должны отвечать множеству критериев, так как сам процесс чтения имеет основополагающее значение в становлении и развитии внутреннего мира подрастающей личности. Динамика жизни в настоящем времени изменила уровень миропонимания не только взрослых, но и детей. В той информации, которую они получают, должны быть отражены те события, которые близки и понятны читателю, что способно повлиять не только на желание читать как дань тенденциям, но и внести свой духовный вклад.

Книга состоит из 123 страниц. Иллюстрации черно - белые. Повествование идет от первого лица. Каждый персонаж рассказывает о своих эмоциях и переживаниях.

Книга знакомит нас с главными героями такими, как Аркадий Калина. Он влюблен в скрипку, но больше в море. «Антон», которого одноклассники как – будто не видят. Лелька, подстригшая под ноль, и ее парень по кличке Джон. Оська, который вдруг находит друга в однокласснике Никите. Тимка, который не принимает смерть учителя и считает Кренделькова птицей не высокого полета. Кит скучает по прежним соседям и никак не может записать мелодию, так как не знает нот. Сонька, которая разглядела в однокласснике удивительного человека.

В книге описываются подростковые взаимоотношения. Герои каждого рассказа – как будто наши соседи, друзья или мы сами. Они не понимают, почему окружающие так себя ведут. Почему их не видят и даже не слышат? И на протяжении всей книги присутствует музыка. Она вовлекает нас в другой мир. Помогает разобраться в себе и найти друга.

Главная идея книги Нины Дашевской “Около музыки” - это любовь к музыке, которая помогает преодолеть все трудности.

Особенно мне понравился рассказ “Наушники”. Оська привык, что его не замечают. Ни родители дома, ни друзья и учителя в школе. Но в один прекрасный день музыка его сводит с одноклассником Никитой. Вместе они сочиняют музыку, играют на музыкальных инструментах. И в жизни Оськи все меняется. Теперь он понимает, что в дружной компании лучше, чем одному.

Это и мне помогло осознать, что в жизни главное это мои друзья, родители и все, что меня окружает. Мне захотелось рассказать про эту книгу. Чтобы моим друзьям тоже захотелось проникнуть в эту таинственную атмосферу. Поэтому мной было решено приступить к плану видеоролика.

1. Первоначально хотелось показать, что подростки не все одинаковые. Одни – ведут замкнутый образ жизни, другие – наоборот: активные, общительные. Около них всегда много друзей. Поэтому, мойбуктрейлер начинается именно с роликов моих одноклассников. При чем каждый ролик показывает, какие мы все разные.

Запись видео - роликов будет проходить в школе. На первом будет заснят мальчик, который сидит в одиночестве и его никто не замечает. На втором, наоборот, толпа детей, которые активно будут разговаривать. На третьем, мальчик с учителем, который ему что - то объясняет, но мальчик его не слушает.

2. Затем проходит знакомство.

1.

Сюжетный план:

- Участвуют несколько разных детей. На первом ребенок замкнутый, на втором – общительный, на третьем – драчун.
- Черный экран со словами : Их ничего не связывало
- Черный экран со словами: Но в один момент,...
- Ролик гастроли-заселение-знакомство (об этом надо еще подумать)
- Потом ролики игра на фортепиано, гитаре, кастрюле (у нас дома это все есть)
- Ролики с музыкой

Заключение

Список литературы

Приложения

Приложение А

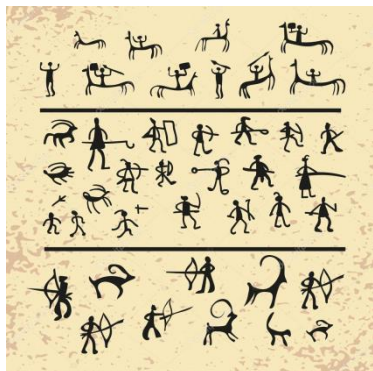


Рис.1 - Пример знаков первобытной наскальной живописи

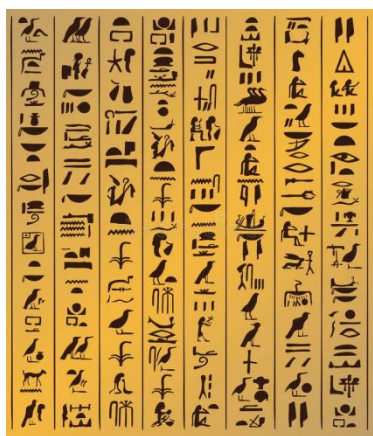


Рис.2 - Пример иероглифов на табличке древнего Египта



Рис.3 - Обучение чтению в средневековой монастырской школе

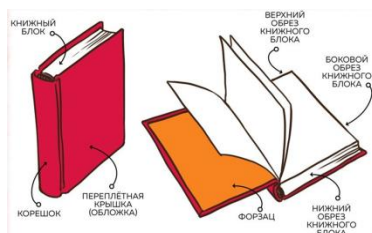


Рис.4 - Структура книги и её элементы



Рис.5 - Книжный плакат СССР, побуждающий молодое поколение к чтению книг



Рис.6 - Современный плакат о пользе чтения

