

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
“Гимназия № 7
“Ступени”

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

Автор: Павлюченко Дарья
6”А” класс МБОУ “Гимназия №7”
“Ступени”
Научный руководитель:
Балабанова О.В.

Цель: изучить влияние средств рекламных технологий на привлечение читательской аудитории

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 создание буктрейлера к книге собственными силами, способно положительно повлиять на привлечение читательской активности

Чтение является средством обмена **информацией**, при котором взаимосвязь между участниками **коммуникации** происходит через способность восприятия текста.



С древних времен и до новейшего этапа истории, чтение является явлением, необходимость в котором укладывается во все мыслимые сферы человеческой жизни, особенно на волне свежих идей и интересов, связанных с расширением границ понимания мироустройства

Этапы ознакомления с книгой

1. осмысление названия, заголовка, эпиграфа;
2. идентификация автора текста, его стилистических особенностей;
3. знакомство с титулом и выходными данными;
4. чтение аннотации;
5. просматривание иллюстраций и других внетекстовых компонентов



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

Предварительный анализ содержания текста оказывает мотивирующее воздействие на читателя.





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.

РЕКЛАМА КНИГ

- **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.
- **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.
- **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**.

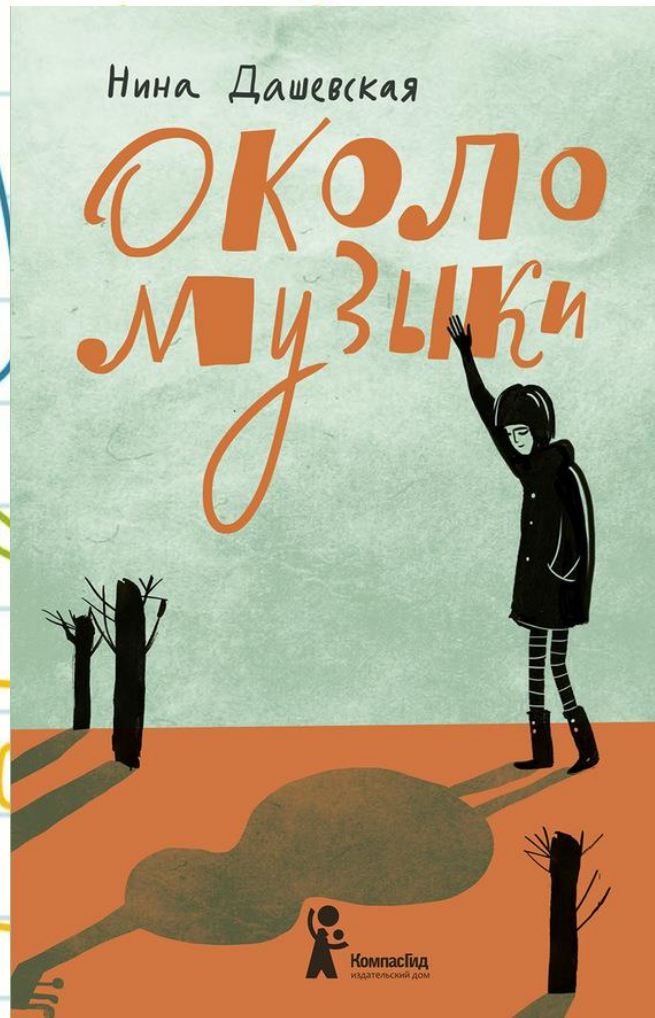


Буктрейлеры можно классифицировать по их содержанию и по способу визуального воплощения. К первым относят игровые, неигровые и анимационные ролики, а ко вторым - повествовательные, атмосферные и концептуальные.

- Буктрейлер должен быть основан на книге, о которой будет идти речь
- Основная задача буктрейлера: привлечь внимание.
- Логика повествования в видео должна укладываться в сюжет книги, однако события, взятые из книги, могут быть дополнены сюжетными вставками.
- Особое внимание следует уделить технической стороне реализации видеопроекта, а именно съемке и постобработке видео, ведь именно от этого будет зависеть конечное качество буктрейлера.



Получившееся видео обязательно нужно посмотреть в составе группы критиков. На основании рекомендаций и замечаний можно в дальнейшем сделать необходимые корректировки.



Нина Дашевская –
современная российская
писательница и музыкант.
Сквозная тема книг –
музыка



Это как музыка: нот всего семь, но сочетания разные. И вот как ты – именно ты – составишь слова, мысли разные...



СТРУКТУРА СЦЕНАРИЯ

ЗАВЯЗКА

**РАЗВИТИЕ
ДЕЙСТВИЯ**

**КУЛЬМИНАЦИ
Я**

РАЗВЯЗКА



1. Для меня этот буктрейлер показал, что живет девочка, ничем не привлекательна, которую все обижают и не желают с ней общаться. Но однажды находит в себе силы и начинает играть на фортепиано. Ее способности к музыке помогают ей привлечь внимание остальных детей. И те, кто раньше не замечали ее. Теперь слушают с удовольствием. В целом буктрейлер цепляет своим оформлением. Он меня заинтересовал и я считаю, что стоит прочитать произведение. Очень интересный сюжет.



2. Мне понравился буктрейлер. Теперь я хочу прочитать книгу.
3. Книгу бы я с радостью прочитала. Очень красивая мелодия. Очень красиво смонтировано, хорошо сыграны эмоции.

ВЫВОДЫ

Наш видеоролик был продемонстрирован зрительской аудитории разных возрастов. Исходя из полученных сведений, мы можем увидеть что буктрейлер оказался полезным информационным средством и привлек внимание к книге. В большей мере это касается лиц, ранее незнакомых с литературным творчеством в данном жанре. Кроме этого, несколько опрошенных признались, что захотели ознакомиться с конкретно этой книгой ближе.

Из результатов нашего исследования следует, что в современных условиях продвижение книг посредством рекламных роликов довольно актуально и эффективно. Буктрейлер, созданный по мотивам детской книги не только привлек внимание к самой книге, но и вызвал желание её прочесть. Таким образом, мы можем сделать вывод, что все цели и задачи нашего исследования достигнуты, а гипотеза подтверждена.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!