

Продвижение литературы в жанре «фантастика» на российском рынке

Научный руководитель – Костивана Анна Анатольевна

Воронова Алена Сергеевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: horseincoat0@yandex.ru

Секция «Коммуникация в современном мире»

Продвижение литературы в жанре «фантастика» на российском рынке Воронова Алёна Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: horseincoat@gmail.com

В этом докладе будет рассматриваться продвижение литературы в жанре «фантастика» на российском рынке. Будет проведен анализ рекламных стратегий и методов продвижения, разработанных как издательствами, так и непосредственно авторами, а так же осуществлена оценка их эффективности. Особое внимание будет уделено интерактивному наполнению рекламных кампаний.

В рамках исследования будет проведен сравнительный анализ успешности различных рекламных кампаний для привлечения читателей и повышения узнаваемости произведения. Мы рассмотрим, какие методы подачи содержания и атмосферы произведения оказались одновременно и ёмкими, и красочными, то есть способными привлечь аудиторию к произведению посредством интерактивной и нативной рекламы. Данное исследование будет проведено с опорой на рекламные компании, посвященные популяризации недавно вышедших произведений. Согласно аналитическим данным за первое полугодие 2024, опубликованным на сайте Всероссийского книжного союза, доля отечественных авторов на российском книжном рынке выросла до 40% по сравнению с числами прошлых лет.

Кроме того, будет проанализирована обратная реакция читателей и значительность сарафанного радио, а так же формирования так называемого «фандома» для популяризации произведения и формирования репутации автора. Важно оценить, насколько эффективна не только намеренно созданная издательствами реклама, но и самостоятельно сформировавшееся по средствам социальных сетей и фестивалям среди населения популяризация литературных произведений. Необходимо ответить на вопрос: какой вид рекламы, используемых издательствами, наиболее эффективен, а так же как эта реклама влияет на явление сарафанного радио.

В итоге доклада будет представлены рекламные компании, разработанные издательствами и авторами, а так же примеры рекламы литературных произведений в жанре «фантастика», порожденной непосредственно читателями. Мы сделаем акцент на исследование интерактивных методов популяризации произведения и живом взаимодействии с аудиторией. Исходя из полученных результатов, нами будет составлен список самых результативных рекламных кампаний литературных произведений в жанре «фантастика», проведенных издательствами и авторами, а так же наиболее значительных для формирования репутации данного товара на литературном рынке РФ событий, спровоцированных читателями, а не издательствами или писателями. Исходя из полученных результатов,

будут предложены рекомендации по улучшению рекламных кампаний литературных произведений в жанре «фантастика» на книжном рынке РФ.

Таким образом, данный доклад позволит оценить эффективность рекламных усилий издательств, писателей и читателей, направленных на формирование репутации произведения в жанре «фантастика» и сделать вывод о перспективах их развития в условиях современной культурной и экономической среды.

Источники и литература

- 1) Гольцман Д. М. Инструменты для продвижения книжной продукции в России // Актуальные исследования. 2021. URL: <https://apni.ru/article/2646-instrumenti-dlya-prodvizheniya-knizhnoj-prod>
- 2) Герасимова Т. Ю., Ямских М. Е. Продвижение современной отечественной книжной продукции // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». 2019 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-sovremennoy-otechestvennoy-knizhnoj-produktsii>
- 3) Шандарова И.О. PR, Реклама и другие способы продвижения книг на современном российском рынке: бак. дис. — 2014 — 15с. URL: <https://vernsky.ru/uploads/documents/548f2167f2ad471e773c6f27.pdf>
- 4) Фельзингер Л.В. Постапокалиптические мотивы в современной американской культуре: литература и кино: маг. дис. — 2016. — 10-17с. URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/587d367c5f1be77c40d59072.pdf>
- 5) Чеснова Е. Н., Мансурова Ш. И., Снытина А. А. Философия миров постапокалипсиса в современной культуре // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». 2017 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-mirov-postapokalipsisa-v-sovremennoy-kulture>
- 6) Официальный сайт Российской книжной палаты. URL: http://www.bookchamber.ru/content/stat/stat_2014.html,
- 7) Официальный сайт Российского книжного союза. URL: https://bookunion.ru/news/vserossiyskiy_knizhnyy_reyting_i_polugodie_2024_goda_novyuy_lider_mosyan_tu_nsyu_ravnye_doli_fikshna_i/