

Для отбора цитат использованы электронные версии книг издательства «АСТ», которые являются аналогичными печатным книгам серии «Мастера фэнтези». Общий объем электронных книг 6740 с.

Отбор цитат осуществлялся отдельно по каждой книги серии. Для каждой книги был создан документ со списком персонажей, куда вставлялись отобранные цитаты.

Для книги отбирались цитаты как самих персонажей, так и авторские (описания персонажей); цитаты с философским смыслом, а также цитаты, которые характеризуют персонажей.

По своему художественному оформлению проектируемое издание будет имитировать старинную книгу. Для этого будет использована подложка в виде состаренной бумаги, рукописные шрифты (для имен персонажей, для оборота шмуцтитула, для подписей цитат), изображения гербов. Издание будет напоминать средневековую книгу, так как мир, описываемый в серии, аналогичен эпохе Средневековья.

Для оформления издания будут использованы цветные полутонные рисованные иллюстрации. Большинство иллюстраций будут представлять собой портреты персонажей без фона, также издание будет содержать гербы и изображения предметов.

Целостность всего издания достигается за счет использования однотипной верстки, шрифтов, а также за счет выбора однотипных объектов иллюстрирования.

УДК 808.2

Студ. Сороко И. А.

Науч. рук. проф. Петрова Л. И.

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

КАК СОЗДАЕТСЯ НАЗВАНИЕ КНИГИ?

Каждый человек иногда испытывает потребность в чтении книги. Будь то учебники или бульварные романы – это не важно. Книга – это не только знания, но и источник наслаждения. Кто же откажется погрузиться в другой мир, на некоторое время забыть себя и стать кем-то другим? Именно поэтому почти любой, начиная от школьника, всегда имеет при себе книжку. В современном мире у многих людей они хранятся в электронном виде на телефоне, в планшете, но есть и любители бумажного варианта. Как раз такие библиофилы при возникновении желания направляются в книжные магазины, где бродят среди полок, поправляя очки и вглядываясь в корешки книг. Если

присмотреться, то легко отличить истинного читателя от дилетанта. Обычных людей привлекает обложка, настоящих ценителей – название. Ведь название книги – это первое впечатление, от которого зависит, возьмете ли вы ее в руки или оставите пылиться на полке дальше. Но как сделать так, чтобы название именно вашей книги зацепило глаз читателя, выделило ее среди других, стоящих рядом? Проведя небольшое исследование, я обнаружила, что существует определенный алгоритм, которому следует каждый автор.

Для начала нужно накидать побольше названий, чтобы потом выбрать из них более подходящее. Для этого существует несколько методов.

Опора на ассоциации. Множество успешных авторов, знающих психологию человека, умышленно используют в названиях книг имена всемирно известных героев. Так, к примеру, поклонник саги о великом Конане не сможет устоять перед книгой, в названии которой фигурирует имя любимого героя. Поэтому книги с названиями «Конан-варвар» и «Конан-мятежник» стали очень популярными во всем мире. Еще данный прием хорошо работает при обращении к знаменитым историям. Сказки Шахерезады Тысяча и одна ночь можно применить к истории любовного романа. Читатель интуитивно зацепится за знакомое название и возьмет книгу.

Фразы-парадоксы. Ничто так не ценится в названии бестселлера, как парадокс. Необходимо взять любое слово (например, «утро») и найти к нему противоположность ("вечер"). И вот уже готово прекрасное название: «Вечер наступит утром». Также очень неплохо звучит: «Конец бесконечности», «Умереть, чтобы жить», «Узник свободы», «Живые мертвецы», «Нежные демоны» или «Сладкий зомби». Расчет простой: читатель сразу попытается осознать, как такое может быть, но решить головоломку ему не удастся. Тогда, заинтригованный, он поймет, что автор не дурак, и книгу надо обязательно купить, чтобы разобраться, в чем дело. Кроме того, такие названия вызывают у нас бурю эмоций, и они всегда в цене у продвинутых читателей.

Применение аллитерации. Читатель может быть опьянен не смыслом названия, а одним его звучанием. Повторение одинаковых согласных творит чудеса: название произведения ласкает слух, завораживая и увлекая. К примеру, если «Мастер и Маргарита» звучит таинственно и мелодично, то «Мастер и Алиса» – некрасиво и даже смешно.

Цитирование любимых строк. Некоторые авторы выписывают из книги излюбленные фразы. Вполне вероятно, что такие цитаты могут

стать названием произведения, но для этого с ними необходимо поиграть. В пример я могу привести книгу «Начало всего». На такое название автора вдохновила цитата Фрэнсиса Скотта Фитцджеральда. Возможно, именно цитата, которая перекликается с сюжетом произведения, послужит лучшим названием, которое можно придумать.

Конфликт. Истории, озаглавленные фразой с конфликтом, тоже хорошо привлекают внимание. Люди любят конфликты и борьбу. Умело применяя данный прием, можно придумать отличное название. Для примера можно посмотреть названия классических произведений: «Война и мир», «Волки и овцы», «Отцы и дети». Сильный конфликт поможет создать сильное название.

Решение проблемы. Можно подумать о тех названиях, которые вызывают к ежедневному опыту, особенно о тех, которые обещают решения проблем читателя. Намекая на то, что ответ находится в книге, автор притягивает читателя, давая ему надежду на разрешение сложной жизненной ситуации. Книги с подобными названиями колеблются от темы наподобие "помоги себе сам" до литературных романов. Например, «Как стать счастливым».

Некоторые авторы также используют в своих названиях атмосферу и окружение, если обстановка играет ключевую роль в повествовании («В Зазеркалье», «Грозовой перевал», «Маленький домик в прерии»), или придумывают нечто загадочное, что привлекает читателя («Тень ветра», «Бегущая по волнам», «Полночь в саду добра и зла»).

Итак, после того, как вы смогли собрать несколько десятков названий для своей книги, необходимо сузить этот список. Вам необходимо выбрать сначала 10 более понравившихся, потом 5 и постепенно, перечитывая оставшиеся, остановиться на каком-то одном. Далее при помощи редактора, издателя или лучшего друга нужно критически оценить ваш выбор. Для этого есть парочка вопросов, на которые вы должны ответить. Сможет ли название привлечь внимание людей, которые будут читать вашу книгу? Не лишено ли оно смысла? Насколько оно запоминающееся? Связано ли оно с содержанием вашей книги?

Обязательно произнесите название вслух. Как оно звучит? Хороший ли у него ритм, легко ли и приятно его произносить? Если название звучит странно, или его сложно произносить, оно слишком непонятное или не совсем правильное – это показатель того, что название не очень хорошее.

И напоследок надо поискать в интернете книги с похожим названием. Конечно, лучше всего, чтобы таковых не оказалось, иначе читатели могут перепутать ваше произведение с другим.

Итак, как показывает практика, придумать название очень трудно. И не только авторы сталкиваются с такой проблемой. С этим также мучаются и сценаристы, и изобретатели, и индивидуальные предприниматели, которые открывают свою фирму, и журналисты, и капитаны корабля, и даже музыканты и родители. Да-да, каждому человеку рано и поздно придется придумать своей дочери или сыну имя, а это очень ответственная работа, ведь с этим именем ребенок пойдет по жизни. Ведь как говорил капитан Врунгель, «Как корабль назовешь, так он и поплывет». И это относится не только к судну, но и к книге.

УДК002.1+655.11]:004

Студ. Новикова Д. А.

Науч. рук. доц. Куликович В. И.

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС «ИСТОРИЯ КНИГИ И ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА»: ДИЗАЙН И ОФОРМЛЕНИЕ

Введение. Сегодня электронные учебники и учебные пособия становятся полноправными участниками образовательного процесса. Мультимедиа технологии в образовании перестали быть новшеством и превратились в постоянных помощников современного студента. Помимо очевидных отличий их подготовки от подготовки печатных изданий, стоит обратить особое внимание на дизайн. Это связано с тем, что при чтении книги перед глазами читателя находится только страница с основным текстом. В случае с электронными гипертекстовыми изданиями перед читателем находится как минимум три основных блока: блок навигации, блок управления и блок основного текста. Задача разработчика разместить и оформить эти блоки таким образом, чтобы они не мешали восприятию информации основного текста, но, при этом, сохраняли эргономичность.

Задача статьи – описать основные составляющие дизайна и оформления электронного учебно-методического комплекса (ЭУМК) «История книги и издательского дела»

Основная часть. Как уже говорилось ранее, блоки ЭУМК должны быть одновременно и удобными в использовании (эргономичными) и не препятствовать изучению учебного материала. Однако, это далеко не все требования к дизайну. Например, Т. Н. Шалкина [1] выделяет следующие задачи дизайна и эрго-