

Отдельные районы издали две книги (Речицкий, Гомельский, Бобруйский районы). Три книги было издано в Слуцком районе. Некоторые областные центры и районы издали четыре книги.

Тиражи книг до 1991 г. были высокими от 20 000 до 33 000 тысяч экземпляров. После 1991 г. тиражи упали до 10 000–15 000 тысяч экземпляров, а после 2000 года до 2000–3000 тысяч экземпляров.

Издание серии книг “Память” выполнило свою главную задачу: увековечивание памяти погибших во время Великой Отечественной войны во всех районах и городах Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная библиотека Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nlb.by/Search/Results?lookfor=Памяць&type=AllFields> – Дата доступа: 09.04.2019.

УДК 655.4:80

Студ. К. П. Шастина

Науч. рук. зав. каф. РИТ В. И. Куликович

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ПРОИЗВЕДЕНИЯ А. КРИСТИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ СОВРЕМЕННОСТИ

Введение. В условиях жесткой конкуренции издательские организации во всем мире находятся в постоянном поиске не только новых авторов, но и новых идей для развития книжного бизнеса. Например, российское издательство «РОСМЭН», «воспользовавшись мировой «поттероманией», применяет типичные способы продвижения на книжном рынке произведений Дж. Роулинг о юном волшебнике вместе с продажей сопутствующих товаров, канцтоваров с изображениями героев, аудиоверсии книги [1, с. 23].

Актуальность изучения инновационности в книжном бизнесе обусловлена стремлением установить инновации для поиска новых идей и развития новых форм продвижения книг в обществе.

Задача статьи — установить основные элементы инновационности при переиздании произведений А. Кристи.

Материалом исследования послужили 10 книг А. Кристи серии издательства Hachette Collections, представленные в списке литературы.

Основная часть. Под термином издательский проект мы будем понимать результат труда творческого коллектива издательства по созданию и реализации концепции книги.

«Ашет Коллекция» — российский филиал международной компании Hachette Collections. Примерно 200 лет группа Hachette выпускает свои издания в разных странах: США, Великобритании, Франции, Испании. Нешаблонные темы, новаторская форма, тщательно доработанная верстка — это отличительные черты изданий Ашет. На российский рынок свою продукцию компания представила уже в 2009 г. На рынках Украины и Беларуси коллекции появились через 3 года. За это время компания реализовала множество проектов: «Монеты и купюры мира», «Энциклопедия Таро», «Легендарные советские автомобили». И среди них «Коллекция Агата Кристи» — один из успешных проектов. Его успех заключается в ряде различных факторов, в том числе и в инновационности некоторых элементов (<https://www.hachette-kollektsia.ru/>).

Серия книг А. Кристи, согласно классификации Л. Зиминной, относится к беллетристическим (развлекательным) стратегиям [1, с. 23]. Первые беллетристические произведения в России относят ко второй половине XVII века, а в Европе к рубежу XV и XVI веков. Представителями являются такие авторы, как Федор Сологуб, Макс Кретцер, Борис Акунин, Агата Кристи. Среди них А. Кристи была наиболее успешна. Её книги выходили массовыми тиражами, сюжет её книг оценивается как занимательный и захватывающий и совмещает в себе изощрённость преступников и обаятельных главных героев. К беллетристическим или развлекательным стратегиям чаще всего относят такие популярные жанры, как детективный и розовый роман. К такому типу развлекательных стратегий обращаются многие действующие на книжном рынке российские издательства-лидеры («ЭКСМО», «АСТ», «РОСМЭН»), традиционные литературные издательства («Амфора», «Азбука», «Текст»), а также другие издательства, различающиеся репертуару и целевому назначению, а также масштабам деятельности. На белорусском рынке к подобным стратегиям прибегают такие издательства, как «Аверсэв», «Регистр», «Звезда».

Основными инновационными элементами изданий являются: отдельные технические характеристики, оформление, комплектация.

Технические характеристики. Технические характеристики — совокупность физических и технических параметров, использованных при верстке книги. К ним относятся формат 84x104/32 (125x200 мм), 12 кегль (величина прописной буквы 3,00 мм), офсетный способ печат-

ти, тираж в 7800 екземплярів. Формат цих книг 84x104/32 (125x200 мм), а формат перших видань і наступуючих перевидавань 60x90/16 (145x215 мм), 70x100/32 (120x165 мм), 84x108/32 (130x200 мм). Книги цього перевидавання відносяться к книгам середнього формату, к которому відносяться формат від 120x165 до 170x240 мм. Формат данного перевидавання став трохи менше, що означає, данне видання стало комфортніше для зберігання, читання і транспортування книги.

Оформление. Оформление — изменение внешнего вида книги, путем компоновки художественных элементов на обложке. Каждый выпуск коллекции Агаты Кристи представлен в обложке, оформленной в духе своей эпохи. Это значит, что издатели использовали уникальные иллюстрации первых английских изданий. А обложки первых изданий просматривались самой Агатой Кристи, которая интересовалась оформлением своих книг и зачастую давала свои советы издателям.

Комплектация издания. В данном переиздании в продажу поступили не просто переизданные книги, а с дополнением в виде красочного с яркими иллюстрациями журнала. В этом журнале представлены часть биографии писательницы, история создания каждого романа и краткая информация о персонажах-подозреваемых в книге, для того что бы читатель мог «поучаствовать» в расследовании. А на одном из разворотов детально изображено место преступления, для того что бы читатель мог погрузиться в книгу, найти некоторые улики и постарайтесь распутать детективную историю. Так же на страницах журнала можно найти информацию о событиях и эпизодах, послуживших источником вдохновения писательницы. В первом выпуске к журналу и книге прилагался буклет. В данном буклете предлагалось оформить подписку на данную серию, чтобы потребитель не пропустил никаких номеров. Так же в буклете была информация о том, что каждый оформивший подписку человек получит закладку с портретом писательницы, карманные часы в винтажном стиле и лупу сыщика. То есть, издательство применило типичный способ продвижения произведений А. Кристи на книжном рынке.

Вывод. На наш взгляд, такие элементы издания произведений А. Кристи, как обложка, оформленная в художественном стиле первой половины XX в., красочные иллюстрации на страницах журнала, поступившего в продажу вместе с переизданными книгами, формат, удобный для пользователя, предопределили прибыльность и успешность издательского проекта. А успешность данного проекта

определяется тем, что многие читатели, не смотря на тираж в 7800 экземпляров, заказывали дополнительные книги этой серии, в связи с нехваткой данного количества экземпляров в тираже.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зимина, Л. В. Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти / Л. В. Зимина. – М. : Наука, 2004. – 274 с.

УДК 658.8

Студ. А. П. Рачицкая

Науч. рук. проф. Л. И. Петрова

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

РЕКЛАМА КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ

Неотъемлемой частью реализации книжной продукции является её реклама. Издательство должно обеспечить не только то, что отредактированная рукопись будет выпущена в свет, но также и то, что книга найдёт отклик среди потребительской аудитории, то есть обретёт своего читателя. Для этого проводится ряд мероприятий, направленных на привлечение внимания.

Как известно, реклама — это распространение информации о товаре таким образом, чтобы привлечь к нему потребителей, то есть для повышения спроса. Кроме того, что реклама выгодна для тех, кто её рекламирует, можно также отметить, что она может нести в себе смысловую нагрузку, нести в себе какую-то эстетическую ценность. Можно выделить множество функций рекламы, такие как экономическая, политическая, эстетическая, воспитательная и др.

С использованием рекламы компании преследуют цели не только сбыть свою продукцию определённой целевой аудитории, но также и обрести имидж серьёзного конкурента на рынке, привлекать к себе всё больше оптовых продавцов.

Издательства применяют в качестве рекламы самые разные способы, начиная от заманчивых цитат, вырванных из рецензий и написанных на обложке книги, и заканчивая попытками сделать имя автора известным с помощью внедрения интервью с ним в газеты и журналы.

Следует учитывать, что реклама книги имеет свои особенности. Во-первых, книга сильно разграничена по целевому назначению, и, чтобы зацепить рекламой нужного читателя, необходимо правильно