

ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕМАТИЧЕСКИХ INSTABOOK

Социальные сети с каждым днем все больше охватывают сферы нашего существования. Десятки тысяч разнонаправленных социальных сетей предоставляют возможность своим пользователям следить за мировыми новостями, обмениваться фотографиями, видео и музыкой, общаться [1].

На сегодняшний день «Instagram» является одним из самых эффективных инструментов маркетинга. Самое главное отличие от прочих социальных сетей в том, что «Instagram» делает акцент на продукте. Фотография является основным носителем информации. Она притягивает все внимание пользователя и вызывает положительные эмоции и ассоциации. Глядя на привлекательное фото, вероятность покупки возрастает. «Instagram» – идеальный инструмент для продвижения товаров и услуг [2].

«InstaBook» переводится как «инстакнига»: книга для снимков из Instagram. Ее можно напечатать, как и фотокнигу, подобрав фоны и дизайн. InstaBook'и сейчас – это частый подарок на любой праздник [3].

Читательский адрес InstaBook'a определен как массовое издание. Конкретизировать читательский адрес издания можно по нескольким направлениям, например, по отношению к определенной возрастной аудитории или роду деятельности, профессии [4].

InstaBook печатается на плотной бумаге 170 г/м. кв. – книга выглядит качественно и дорого, вызывает желание взять ее в руки, размер 20×20 см (либо 15×15, реже используют и другие форматы), твердая обложка.

Каждый лист InstaBook имеет твердую пластиковую основу. Поэтому листы очень прочные, крепкие, не рвутся и не мнутся со временем. Толщина листа составляет примерно 0,5 мм. Страницы раскрываются на 180 градусов. Это удобно для просмотра и эксплуатации книги, а также является дополнительным фактором защиты от заломов и иных повреждений. Обложка печатается на высококлассном лазерном принтере-процессоре, а затем покрывается защитной ламинацией. Такая технология позволяет книгам быть яркими и четкими, практичными

и долговечными. В основе обложки твердый лист специального пластика. Обложка толщиной около двух миллиметров.

По оформлению обложки бывают разнообразные: без фотографий (обложка с надписью, с отделкой из кожи или других материалов), с одной фотографией или с несколькими фотографиями. Часто в качестве оформления обложки используется логотип Instagram'a в различных вариациях.

Тематика InstaBook'a может быть разнообразной: это могут быть все фотографии из профиля, фотографии из путешествия, фотографии ребенка, только портретные фотографии и другие всевозможные вариации. Важная роль в наполнении отводится системе рубрик. Именно с ее помощью обеспечивается системность организации и подачи материала. Рубрики по своему содержанию и форме разнообразны: тематические, жанровые, указывающие источник информации, на аудиторию, для которой предназначено сообщение. При отборе материала для InstaBook'a рассматриваются фотографии наиболее популярные в сети Instagram и набравшие наибольшее количество лайков.

В InstaBook'e минимум 10 разворотов. Объем фотокниги может увеличиться до 30 разворотов. На каждой странице в зависимости от выбранного шаблона располагается от 1 до 9 фотографий, на фотообложке – от 1 до 14 фотографий. Таким образом, при создании InstaBook'a используется от 20 до 284 фотографий.

Располагаются фотографии больших размеров обычно в центре страницы так, чтобы оставалась белая окантовка, если это серия фотографий, то они объединяются в коллаж так, чтобы создавалась сетка, имитирующая страницу в социальной сети.

В InstaBook'ах обычно отсутствуют такие элементы, как оглавление, колонтитул и вспомогательные указатели. Отсутствует как таковой текст, исключение составляют комментарии к фотографиям из социальной сети.

InstaBook – это книга на определенную тему, объединенная оригинальным дизайном, каждая страница которой представляет собой отпечаток, соединяющий обработанные фотографии.

Социологические исследования показали, что значимое количество людей хотело бы приобрести InstaBook для себя и согласилось бы просмотреть InstaBook с рекламной продукцией или использовать его для своей рекламы. Следовательно, использование InstaBook'a в рекламных целях может положительно сказаться на маркетинговой деятельности любой организации [5].

Литература

1. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества / отв. ред. Л. Н. Верченков. – М: ИНИОН РАН, 2013. – 360 с.
2. Как появился Instagram: прошлое и настоящее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/instagram.html>.
3. Козлова Н.С. Социальная сеть «Instagram» как социально-психологическое явление // Молодой ученый. – 2016. – № 16. – С. 387–390.
4. Никулова, Г. А., Подобных, А. В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн. // Образовательные технологии и общество. – 2010. – Том 13. – № 2 – С. 369–387.
5. Кузнецова, Е. Ю., Белько, Т. В. Анализ дизайна визуальной коммуникации в комплексном процессе проектирования бренда. // Известия Самарского научного центра Российской академии наук – 2018 – Выпуск № 2–2 – С. 219–226.

УДК 082.1

Н. А. Подольский, студент
(БГТУ, г. Минск)

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРИ ВЫБОРЕ ФОРМАТОВ СЕРИИ КНИГ «ПАМЯТЬ»

Введение. Серийное издание энциклопедического характера историко-документальных хроник районов и городов Беларуси «Память» – это общественный проект издательства «Белорусская Энциклопедия им. П. Бровки» (БелЭн), реализация которого началась в 1985 г. и продолжается по настоящее время. В книгах серии даются следующие сведения: археология района, его историко-политическое и культурное развитие, но основное внимание составителей каждой книги сосредоточено на теме Великой Отечественной войны. Издание имеет специальное назначение: служить источником самой разнообразной информации об историческом прошлом и настоящем белорусского народа. Главное назначение серии – предоставить информацию о погибших в ходе Великой Отечественной войны, рассказать об истории района, известных людях, которые там жили или работали. Л.Я. Гаранин считает: «Проделав поистине титаническую работу по сбору, систематизации и публикации огромного исторического материала, они [составители серии книг] тем самым исполнили свой гражданский долг перед народом: сказали миру то, что хотели и не могли сказать сами