

ОФОРМЛЕНИЕ КНИГИ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Лядова Е.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

alena.liadova@yandex.ru

Рекламная составляющая оформления книг – это незаменимый элемент книгоиздательской деятельности. Рекламные черты книг могут стимулировать сбыт, привлекая внимание целевых групп потребителей.

На сегодняшний день рекламное оформление книг является одной из маркетинговых стратегий продвижения книжной продукции. Особенно активной эксплуатации подвергаются обложка, иллюстрации на обложке, аннотации, имя автора и название книги. Рекламные возможности оформления книги в этом отношении весьма велики, и в тоже время они не требуют отдельных статей финансовых затрат.

Если книга уже известна потенциальным покупателям, то маркетинговая стратегия базируется на рекламе названия и суперобложки, а также на продвижении популярности личности автора с помощью средств информации и Интернета. А чтобы привлечь внимание на месте продажи книжной продукции, необходимо силы и средства направить на оформление книги, дизайн самого издания и упаковку (например, использование интересной упаковочной бумаги). Для уже известных книг рекламными элементами оформления будут имя автора и название, т.к. они служат основным коммуникативным ориентиром при дальнейшей рекламе книги.

Внешнее оформление любой книги должно соответствовать двум задачам: давать четкое представление о содержании книги и привлекать целевую аудиторию. Часто неверная трактовка произведения и отсутствие анализа целевой аудитории книги становятся причиной неправильного рекламного оформления книги. На сегодняшний день наиболее распространенной причиной неточного использования представительного потенциала книжного оформления является обыкновенный непрофессионализм участников книгоиздания.

Каждому виду литературы соответствуют свои правила наполнения оформления книг и дальнейшие способы их рекламирования. Традиционным способом является деление реализуемой литературы на научно-техническую, где при издании серьезного научного труда можно обойтись и без яркой иллюстрации на обложке, и художественную, которую логичней оформить ярко и броско.

Вместе с тем, любая книга (даже учебник) должна привлекать внимание своей индивидуальностью, своим лицом. На обложке можно применять самые смелые художественные решения в рамках содержания книги.

В наполнении оформления книг необходимо использовать не только текстовые решения, но и символические, иллюстративные, различные типографские решения. Презентация книги через ее оформление осуществляется разнообразными способами.

Обложка книги и суперобложка – это наиболее важная часть. Сегодня могут сливаться вместе функции обложки и суперобложки, что является традицией оформления массовой литературы и требует меньших финансовых затрат. Для этого книги необходимо издавать в твердой, но яркой и обычно иллюстрированной обложке, призванной, привлечь внимание.

В нашей стране суперобложка массового распространения не получила. Для российского потребителя эталоном издания служит книга, изданная только в твердой обложке, т.к. в начале 90-х гг. было много бульварной, некачественной литературы именно в мягком переплете. Но для жителей Европы мягкая обложка – это гарантия популярности книги, доказательство ее качества, доступная цена.

В России, если книга зарекомендовала себя и получила высокий статус, она вскоре переиздается в твердой обложке. Это означает переход книги из массовой коммерческой литературы в ранг популярной, признанной литературы. Например, первые тиражи детективных романов Донцовой и Марининой печатались в мягком переплете и только после того, как книги утвердились на книжном рынке, их переиздали в твердом переплете.

Издания в мягкой обложке нуждаются в хорошо откорректированном имидже, креативном подходе к оформлению и дизайну. Например Г. Чхартишвили, более известный как Б. Акунин, создал для издательства «Иностранка» серию «Лекарство от скуки». В ее оформлении впервые были опробованы все методы продвижения бестселлеров за рубежом: мягкая обложка, нестандартный формат, яркие краски, оригинальные, разнообразные шрифты, отзывы прессы (обычно иностранной, т.к. в серии печатались переводные романы), нестандартное расположение имени автора и названия (набранные латиницей, они как бы опоясывают книгу) и рекламный ход – «Составитель Б. Акунин», вынесенный на лицевую сторону обложки. Также примером яркого слогана могут служить ранние произведения Марининой и Донцовой: «Писатель, которого ждали», «Королева детектива», «Русский бестселлер», «Таблетка от депрессии».

Использование в оформлении обложек иллюстративных материалов необходимо для того, чтобы сделать книгу красивее, привлекательней, отобразить содержание, привнести эстетическую нагрузку. Необходимо использовать иллюстративный материал, так чтобы книга выделялась на полке и привлекала внимание потребителя.

Иллюстрация на обложке книги – это заблаговременная выработка образного ряда текста для удобства восприятия произведения читателем и правильной интерпретации произведения.

В оформлении книги можно использовать произведения мировой живописи. Картины и фрагменты картин, представленные на обложках, следует сюжетно связать с содержанием произведения или периодом его создания, стоит избегать простых, банальных решений. Для такого оформления книги следует использовать малоизвестные произведения и разнообразных художников, чтобы избежать совпадений.

Для оформления однотипной жанровой литературы следует использовать новые, свежие оформительские решения.

При выборе иллюстраций к обложке необходимо следить за работой художника-оформителя, чтобы он правильно трактовал содержание произведения, и чтобы его видение совпадало с видением читателя. Недостаточно просто использовать иллюстрацию, которая ассоциируется с темой, писателем или названием, т.к. это может стать причиной неточностей и привести к критическому отношению потребителя к книге.

При оформлении переводной литературы следует сохранять полностью зарубежное оформление. Например, оформление обложки книги «Гарри Поттер» полностью воспроизводит дизайн, разработанный британским издательством, иллюстрация и изображение главного героя книги, никаких изменений не претерпевают.

При экранизации книг необходимо и на обложке изображать такой же рисованный образ героя.

Например, за рубежом рано или поздно осуществляется экранизация любого художественного произведения, получившего массовое распространение и одобрение. Нередко создаются компьютерные игры. Новые кинематографические образы сразу вводятся в оформление соответствующих книг. Эти книги выходят в мягком переплете, и на их обложке используются образы из фильма.

Информационное продвижение художественной литературы требует более ярких образных решений. Особое значение приобретает аннотация на книгу.

Книжная аннотация – самый явный традиционный способ текстового рекламирования, используемый при оформлении книг. В российских изданиях аннотация традиционно располагается на следующей странице после титульного листа, или на последней странице книги. Иногда аннотация выносится на заднюю сторону обложки, таким образом, выполняется четкая рекламная функция, т.к. знакомство потребителя с книгой начинается именно с обложки.

При составлении аннотаций необходимо учитывать композиционную, содержательную и стилистическую специфику получаемых рекламных текстов. Они должны привлекать внимание к книге, побуждать к ее приобретению и прочтению. Можно использовать корот-

кую цитату из произведения, ярко отражающую самую суть текста книги. Грамотно составленная рекламная аннотация не должна обмануть читательских ожиданий.

Имя автора и название книги – основные и неотъемлемые элементы оформления книг. Через них происходит информирование о произведении, содействие правильному пониманию. Автор и название книги определяют само существование произведения.

Имя автора и название книги способны играть яркую рекламную роль. Например, размер шрифта зависит непосредственно от репутации писателя, а новые авторы привлекают внимание оригинальными и яркими псевдонимами.

Существует три основных типа «имени автора»: собственно имя, псевдоним, псевдоним-акция. Свое собственное имя используют авторы, ориентированные в первую очередь на творчество, а не на социальное признание и внимание критиков.

Например, проект «Б. Акунин» и его создатель Григорий Чхартишвили, который начал писать детективы, но из стратегических соображений не пожелал, чтобы новые произведения ассоциировались с его реальной личностью. Чхартишвили – серьезный автор с известным специалистам именем. Созданная им беллетристика нуждалась в иной поддержке, и поэтому был введен в действие псевдоним Б. Акунин – имя загадочное, благозвучное и лишенное «прошлого». Чхартишвили признался в авторстве, но массовый читатель по-прежнему знает его под именем Бориса Акунина. Псевдоним начал существовать отдельно от своего создателя. Известно также, что он печатается и как Анна Борисова и Анатолий Брусникин.

Заглавие книги может сигнализировать о жанре произведения и кратко формулировать его содержание, идентифицировать произведение, определять его тематическую направленность и привлекать внимание целевой аудитории. В настоящее время заглавия в художественной литературе играют отчетливую рекламную роль, служат своего рода слоганами. Заглавие произведения должно выполнять коммуникативную функцию и направлено на большую аудиторию, чем сам текст произведения.

Зачастую рекламная функция заглавия намеренно акцентируется – заголовки делают похожими на уже известные произведения.

Качественной рекламой книги служит ее правильное оформление. В распоряжении издателя имеется набор разнообразных, потенциально эффективных средств рекламирования: символических, визуальных, текстовых и т.д. Обложка книги – это территория для художественных рекламных проектов издателя и автора.

При рекламе книги через ее оформление форма всегда должна быть подчинена тексту самого произведения. Всегда необходимо соблюдать правильное соотношение оформления и содержания.

Список литературы

Мильчин А. Как надо и как не надо делать книги. Культура издания в примерах. – М.: Издательство: Новое литературное обозрение, 2012. – 352с.

<http://pro-books.ru/news/3/13341>

http://www.avtoram.com/knizhnye_prodazhi_i_reitingi