

УДК 655.5

doi: 10.20310/1819-8813-2017-12-6-99-104

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

ИСАЕВ ДЕНИС ВАЛЕРЬЕВИЧ

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: tmb-di@mail.ru

В статье рассматриваются основные этапы развития и функционирования издательства «Книжная лавка писателя» в контексте рыночной экономики. В качестве объекта исследования для раскрытия данной темы выбрано крупнейшее в регионе коммерческое издательство, прошедшее путь к потребителю от малого предприятия до крупного холдинга с собственной торговой сетью и динамично развивающимися производственными мощностями. Цель настоящей работы – выявить закономерности издания печатной продукции художественной направленности на региональном уровне, определить конкурентоспособность и маркетинговую привлекательность, которая во многом достигается благодаря своевременному дизайнерскому подходу, способного заинтересовать конечного потребителя. Исходная установка работы направлена на выработку индивидуальной методологии и техники создания графической продукции, на основе авторских элементов дизайна и верстки с использованием аппаратных и программных средств компьютерной графики и макетирования, а также способами ручной подачи дизайн-проекта в процессе его развития и интеграции в социум в условиях рыночной экономики. Значительное место в работе уделено рассмотрению авторских шрифтовых композиций и иллюстраций в автоматизированном и аналоговом дизайн-проектировании изданий в контексте сравнительного анализа использования компьютерных технологий в дизайнерском творчестве на примере издательства «Книжная лавка писателя». Одновременно с этим здесь обозначается статус организации в реально существующей рыночной системе с учетом специфики регионального бизнеса и предпосылок возникновения новых тенденций дизайн-проектирования. Основными составляющими визуального ряда являются следующие компоненты: конструкторский, эмоциональный и стилистический. Учтены форм-факторы фирменного стиля печатной продукции данного бренда, шрифтовые композиции и цветовые схемы в экономическом и дизайнерском контексте. Таким образом, в работе большое внимание уделяется созданию печатной продукции, практической реализации экономически обоснованных, социально-значимых, пользующихся спросом потребителя дизайнерских проектов различных видов и типов: книг, поэтических сборников, каталогов выставок. Доминантой стали реализованные на практике дизайнерские работы автора, начиная с 1998 года по настоящее время, выполненные в рамках непрерывного сотрудничества с издательством «Книжная лавка писателя».

Ключевые слова: экономическая обоснованность, маркетинг, стратегии, себестоимость, спрос, предложение, дизайн-проектирование, верстка

Издательство «Книжная лавка писателя» стало первым коммерческим издательством в Тамбовской области, и было зарегистрировано, как малое предприятие в ноябре 1990 г.

Главной задачей издательства стал выход на независимый и более совершенный и современный визуально-полиграфический уровень с использованием профессионального дизайнерского оборудования и внедрения автоматизированных компьютерных технологий дизайна и верстки, а также постепенный переход от монохромной к полноцветной офсетной печати.

Основная цель заключалась в максимальном снижении себестоимости каждого издания, а также увеличения его внешней брендовой привлекательности. Данная цель была поставлена не толь-

ко перед учредителями, но и перед дизайнерами издательства [1].

Издательство «Книжная лавка писателя», во многом используя пионерские стратегии маркетинга, в отличие от конкурентов, постепенно снижало высокую себестоимость издания, работая меньшими тиражами и используя новые технологии печати, отказавшись от затратной устаревающей флексографии, термопечати, струйной и матричной печати в пользу лазерной и в дальнейшем – цифровой печати.

Первоначальная идея генерального директора предприятия заключалась в использовании трафаретной печати (так было издано несколько книг, в том числе, с трафаретными иллюстрациями). Экономическая уникальность производства состояла в том, что средняя скорость печати листа составляла

6000 оттисков в час. В практической реализации современного дизайн-проекта данная машина использовалась в 2014 г., при оперативном (в течение суток) издании трех книг и в 2015 г. при издании миниатюрного каталога «Натюрморты» Джорджо Моранди [2].

Технология дизайн-проектирования издания в «Книжной лавке писателя» строилась по следующему принципу:

- разработка внешнего оформления;
- разработка макета;
- верстка.

Технология работы с заказчиком стоилась по принципу:

- авансовая оплата заказа;
- заключение договора;
- получение конечного продукта;
- реализация через торговую сеть.

Дизайнер получал рукопись с внесенной в нее редакторской правкой. Ознакомившись с текстом будущей книги, он разрабатывал ее макет: выбирал обрезной формат, формат полосы (модульную сетку) подбирал шрифт, стиль спусков и заголовков, специальных страниц и т. д.

Главными задачами дизайнера было, прежде всего, сделать все возможное для удобства читателя, маркетинговой привлекательности через визуальное выражение художественного произведения.

Во время верстки, учитывая специфику развития дизайнерского рынка, страницы будущей книги заполнялись текстом по изготовленному макету, оформлялся титульный лист, обложка, выбирался вид переплета (тачка, клеевой, покровный материал и т. д.).

Первые книжные издания были выполнены с использованием необычных для тех лет иностранных гарнитур, практически не известных в Тамбове (например, «Балтика», «Альянс» и «Таймс»), также при дизайн-проектировании использовалась двухколоночная верстка, что тоже было весьма необычно. Вошли в обиход и новые шрифты («Ариал» и «Джорджия», например), а также ряд старо-славянских и иных необычных дизайнерских шрифтов, предложенных дизайнером Владимиром Беркетовым [2].

Первые обложки представляли из себя ксилографические оттиски, однако, в синтезе с полноценным фотоиллюстративным материалом и отчасти – штриховыми рисунками, передаваемыми через полноценный офсет.

Набор текста первых изданий производился с рукописи, вручную, с помощью фотонаборного аппарата (аналог печатной машины), которым создавались готовые листы-матрицы, готовые к тиражированию, после вычитки гранок (первых пробных оттисков на бумаге) и возможного исправления ошибок и опечаток.

В качестве дизайн-элементов страниц активно использовались буквицы, орнаментальные клише.

В дальнейшем на всех книгах, выпущенных в свет «Книжной лавкой писателя» появился авторский издательский логотип. Рисунок был вырезан на дереве, и с него использовался оттиск. С приходом компьютерных технологий и портативных издательских систем, самый удачный и качественный оттиск логотипа был оцифрован (отсканирован), и уже не использовался в аналоговом формате.

В течение первого года работы было издано девятнадцать книжно-брошюрных изданий, которые отличало необычное оформление, а также бюджетность, доступность в цене и минимальные затраты при производстве. В течение следующего года было уже двадцать пять самостоятельных изданий. К концу 1993 г. количество изданий приблизилось к шестидесяти, причем, был сделан колоссальный прорыв по объемам изданий. «Книжная лавка писателя» выпустила первые книги объемом больше девяти печатных листов, в твердой обложке, оформленной художественными графическими произведениями Владимира Беркетова (роман «Крепость на Цне») и внутренними иллюстрациями (рисунками тушью и пером), плюс были использованы фотоработы (портреты писателя) [3].

При дизайн-проектировании книги была использована гарнитура «Балтика», офсетная печать, типографская бумага № 1, плотный картон и трехцветная ксиломатрица для печати обложки.

Дизайн-проект обложки представляет собой коллаж авторских графических произведений Владимира Беркетова (вид крепости – в центре), композиция из двух «рабочих людей» в аутентичной одежде и с инструментами (в левом нижнем углу) и коллаж из ксилографических лиц-типажей, чуть выше в правом нижнем углу. Причем, наложение лиц происходит как бы в перспективе (уменьшение вглубь), а главное (центральное лицо) имеет явное портретное сходство с автором книги (по задумке дизайнера). Также глубину обложки создают второстепенные детали (тоже лица-коллажи, птицы, добавляющие динамику, дымы, набатный колокол и др.).

Вместо года выпуска внизу в центре едва читается авторская анаграмма Владимира Беркетова (вязь букв В. Б.), его фирменный знак, что подтверждает версию, что он отнесся к обложке не только как к элементу графического оформления, но и как к самостоятельному творческому произведению.

Имиджевый фронтиспис, «герб книги» (по Фаворскому) иллюстрирует художественный черно-белый фотопортрет писателя по всей ширине

полосы в высококачественном офсетном исполнении.

Также в дизайн-проектировании данной книги большую роль играют полевые (сквозные) графические иллюстрации (рисунки, созданные в манере арт-наива) Инны Каревой, гармонично встроенные в контекст произведения [4].

Завершает книгу уже упомянутый выше логотип издательства «Книжная лавка писателя», также исполненный в черно-белом формате.

Дизайнерская и историческая ценность данных изданий также заключается в том, что их проектирование и выпуск был исторически связан с переходом к более рентабельным современным способам верстки и печати.

Например, предварительное планирование и подготовка текста к набору производилось с помощью нового поколения программного обеспечения и операционных систем, внедренных в дизайнерский и печатный процесс [3, с. 43-50].

В середине девяностых годов в издательстве «Книжная лавка писателя» начала использоваться платформа PC (на основе совместимой IBM PC-платформы в постсоветских вариациях) – для работы с композицией, и платформа Apple Macintosh (MacOS). Также появилось аппаратное совмещение (преобразование файлов DOS в файлы PC и Macintosh и обратно), однако, программы верстки PageMaker и QuarkXPress не получили должного применения, поскольку были практически не совместимы с устаревшим советским и постсоветским оборудованием под управлением DOS, вызывали конфликты, что сказывалось на трудоемкости процесса и качестве печатных изданий, в которых адекватно не отражалась дизайнерская работа со сложными шрифтовыми композициями и иллюстративным материалом.

К тому же программы имели нерусифицированные и сложные интерфейсы, поэтому для их повсеместного использования в практике были необходимы хорошие компьютерные специалисты и программисты, которыми на то время регион практически не располагал.

Издательству приходилось работать на старых офсетных машинах и часто производить прямой набор (то есть сразу же интегрировать текст примитивными графическими средствами в дизайн полосы).

В конце девяностых годов двадцатого века в дизайн-проектировании региональной книжной продукции произошла настоящая революция. Прежде всего, это было связано с развитием и внедрением новых компьютерных технологий, становившихся более доступными и дешевыми, развитием портативных настольных издательских систем (НИС), внедрением программного обеспечения для дизайна продукции, а также возможно-

сти контроля и редактирования виртуального дизайн-процесса с монитора.

Повсеместно стал доступен ввод текста и данных с клавиатуры, а не с фотонаборного аппарата или машины. С помощью текстового процессора (на платформе PC, сначала – русифицированный Лексикон, затем современный Word (в основном, в первых разновидностях: WordPerfect, Ami Pro, Word Star и пр.)) стало возможным включать характерные коды описания свойств, служащих в качестве прототипов для типографских тегов, предоставляемых на последующем этапе.

Для ввода текста на платформе Apple Macintosh, использовались программы MacWrite и непосредственно внутренние утилиты программ верстки PageMaker и InDesign (позже) и, если выразиться техническим языком, преобразование кодов и верстки (иначе «распределение»), то есть модульный принцип набора устарел и потерял актуальность.

Для текстового и графического материала была создана прямая передача материала по линиям связи, преобразование носителя, передача по линиям связи и сканирование с последующим распознаванием. В настольных издательских системах стало работать еще проще – документы MS Word стало возможным переносить на стандартных дискетах размером 3,5 дюйма, постепенно сменивших до изобретения интерфейса USB большеформатные и малообъемные для информации гибкие носители для IBM-компьютеров и компьютеров с закрытым типом архитектуры.

Также в дизайн-проектировании книжной продукции стало возможным сканирование и распознавание текстового и графического материала (для данных в форме распечатки или оттиска, то есть автономно существующих на материальных носителях) со встроенной системой идентификации различных групп шрифтов и дальнейшего преобразования их в новые гармоничные шрифтовые композиции.

Появление матричного, затем – струйного и, наконец, лазерного принтера позволило получать пробные отпечатки без фотонаборной машины, как это было раньше, что также упростило работу дизайнера и значительно сократило в дальнейшем время окончательного производства тиража.

Внесение правок также упростилось, в том числе в книги с интегрированным размещением иллюстраций.

Форматирование и верстка также перешли в электронный вид.

Процесс форматирования заключался в создании необходимых типографских параметров для каждой части текста с целью получения предварительной верстки (т. н. «гранок»). Раньше сложность правки заключалась в том, что текст

как бы декодировался машиной, и его правка напрямую зависела от количества исправлений на этапе ввода текста (форма кода).

Из-за применения новых программ (автоматическая настройка макета и неограниченное число шаблонов-страниц, создание многостраничных разворотов и многоколоночной верстки, большой выбор параметров раstra, повышенная точность размещения символа – до 0,001 пункта, у PageMaker – до 0,1 пункта, QuarkXpress – до 0,01 пункта) качественные изменения отразились на внешнем виде книжной продукции, существенно улучшились и разнообразились структуры шрифтов, качество иллюстративного материала, объем прооизведений, увеличилась оперативность исполнения дизайн-проекта издательством «Книжная лавка писателя».

В конце двадцатого-начале двадцать первого века при всеобщей автоматизации полиграфического процесса в дизайн-проектировании открылись новые возможности, инновационные приемы при работе со шрифтом, повышающие маркетинговую привлекательность издания и его конкурентоспособность:

- использование псевдоначертания (подчеркивание, перечеркивание, инверсное);
- изменение ширины символа;
- введение другого цвета (оттенка);
- создание объема и других эффектов.

Изменение контура текстового блока (в частности, в программе PageMaker («Text Wrap»), помогло создавать обтекание текста по прямоугольному, овальному, любому другому заданному контуру, когда, например, фотография или рисунок дается «в обтравку» (так называемые силуэтные фотографии).

При дизайн-проектировании стала возможной коллажная технология, работа со слоями (наложение текста на иллюстрацию, иллюстрации на текст, иллюстрации на иллюстрацию). Основными средствами дизайн-проектирования оставались шрифты и иллюстрации, выражающие содержание, и вспомогательные – без особой смысловой нагрузки, несущие дополнительное декоративное решение (пробелы, линейки и пр.).

Также фоны стали использоваться под логотип (издательское клеймо), заголовочный комплекс, врезки, выносы в тексте, выходные данные, фотографии, межколоночные пробелы.

Вспомогательные графические элементы (в частности, линейки) стало возможным преобразовывать в любой размер, делать инверсию, использовать как фон.

Ранее в качестве фигурных украшений были лишь звездочки, снежинки, ромбы и пр. (в основном, для акцентирования внимания на определенных элементах текста, несущих смысловую на-

грузку), теперь же появился символный шрифт – Wingdings с большим набором различных дизайнерских элементов. Как уже отмечалось, появилась возможность использовать штриховые и полутоновые иллюстрации [5].

Но, как и в докомпьютерную эру, рисунки должны быть выполнены в пропорциях, соответствующих дизайн-проекту издания (то есть макет определяет размеры иллюстраций).

Штриховые оригиналы выполнялись на гладкой белой художественной бумаге, исправления вносились с помощью закрашивания белым цветом, рисунок выполнялся в масштабе 1:1, 1,5:1, 2:1 по отношению к будущей иллюстрации в книге и имел соответствующую толщину штрихов, штриховка перекрестными штрихами должна – однородная, с плавным переходом.

Монохромные полутоновые оригиналы (фотографии) выполнялись только на глянцевой бумаге.

Цветные диапозитивы допускали высокую степень увеличения, чтобы соответствовать печатным размерам. Производство дизайнерских обложек при использовании настольных издательских систем свело к минимуму затраты при изготовлении цветоформ и подготовки в печать. Программная среда, используемая при дизайн-проектировании, позволила в дальнейшем вариативно изменять размеры, без потери яркости красок при печати оригинала. Однако обложки и иллюстрации, выполненные не машиной, а художником – не ушли в историю, а до сих пор составляют экономический и дизайнерский приоритет издательства «Книжная лавка писателя». При этом в двадцать первом веке новые средства дизайн-проектирования позволили разнообразить, улучшить и упростить работы со шрифтовыми композициями в цифровом виде, что значительно сказалось на качественном внешнем облике изданий и даже при учете инфляции, снижении их себестоимости.

Таким образом, экономически выгодные компьютерные технологии позволили использовать прямой ввод информации на печатные машины, а также существенно облегчили многовариантное форматирование текста и обработку иллюстративного материала, посредством растровых и векторных графических редакторов, повсеместно применяемых на дизайнерско-издательских платформах.

Средствами киберграфики стало возможным создание реалистичных изображений для обложек и иллюстраций, а также их интеграция с растровыми дизайнерскими шрифтами. Широкое применение различных фильтров и стилей в графических редакторах позволило неограниченно эксперимен-

тировать с изображениями, иллюстративным материалом, а также обрабатывать и улучшать рисунки, выполненные в традиционной манере.

Коммерческое книгоиздание стало доступным и более быстрым из-за постоянного развития компьютерных технологий цифрового формата, повсеместным распространением цифровой фотографии, оптического сканирования и распознавания текста, портативной передачи информации через интерфейс USB и беспроводные технологии Wi-Fi, электронной почты.

Издательский и дизайнерский процесс в условиях современного рынка стало возможным контролировать и исправлять с помощью машины, что существенно снизило затраты на производство книжной продукции, энергоёмкость, уменьшило количество людей, занятых на производстве и рентабельность производства.

Также в дизайн-проектировании появились новые средства работы с разнообразными группами шрифтами и стали открытыми и доступными технические средства создания новых дизайнерских шрифтов в программной среде, в том числе для миниатюрных изданий в твердой обложке в полноценном офсетном исполнении (от формата 70x90 1/128 и ниже) [6].

Литература

1. Акулинин А. М. Каталог (1990-2001). Тамбов: из-во «Книжная лавка писателя», 2001. С. 3-7.
2. Моранди Дж. Натюрморты для бизнеса. Тамбов: изд-во «Книжная лавка писателя», 2015. С. 8-40.
3. Акулинин А. М. Крепость на Цне. Тамбов: изд-во «Книжная лавка писателя», 1993. С. 3-10.
4. Фаворский В. А. О шрифте. М.: изд-во «Шрифт», 2014. С. 45-50.
5. Попов И. В. Развитие малого бизнеса в полиграфии. М.: изд-во «МГУП», 1999. С. 40-55.
6. Исаев Д. В. Дизайнерская и художественно-просветительская работа издательства «Книжная лавка писателя» в условиях нового времени // Искусствоведение и дизайн в современном мире: традиции и перспективы: сборник мат-лов X Всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых / М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина»; [отв.ред. И. В. Татаринцева]. Тамбов, изд-во «Студия печати Галины Золотовой», С. 155-156.

References

1. Akulinin A. M. Katalog (1990-2001) [Catalog (1990-2001)]. Tambov: iz-vo «Knizhnaya lavka pisatelya», 2001. S. 3-7.
2. Morandi Dzh. Natiurmorty dlya biznesa [Still lifes for business]. Tambov: izd-vo «Knizhnaya lavka pisatelya», 2015. S. 8-40.
3. Akulinin A. M. Krepost' na Tsne [Fortress on the Tsna]. Tambov: izd-vo «Knizhnaya lavka pisatelya», 1993. S. 3-10.
4. Favorskij V. A. O shrifte [About a font]. M.: izd-vo «Shrift», 2014. S. 45-50.
5. Popov I. V. Razvitiye malogo biznesa v poligrafii [Development of small business in polygraphy]. M.: izd-vo «MGUP», 1999. S. 40-55.
6. Isaev D. V. Dizajnerskaya i khudozhestvenno-prosvetitel'skaya rabota izdatel'stva «Knizhnaya lavka pisatelya» v usloviyakh novogo vremeni [Design and art and educational work of Bookstore of the Writer publishing house in the conditions of modern times] // Iskuststvovedeniye i dizajn v sovremennom mire: traditsii i perspektivy. Sbornik mat-lov X Vseros. nauch.-prakt. konf. molodykh uchenykh / M-vo obr. i nauki RF, FGBOU VO «Tamb. gos. un-t im. G.R. Derzhavina»; [otv.red. I. V. Tatarintseva]. Tambov, izd-vo «Studiya pechati Galiny Zolotovoj», S. 155-156.

* * *

FUNCTIONING OF PUBLISHING HOUSE IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

ISAEV DENIS VALERYEVICH

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: tmb-di@mail.ru

In article the author considered main stages of development and functioning of Bookstore of the Writer publishing house in the context of market economy, chose the commercial publishing house, largest in the region, which passed a way to the consumer from small enterprise to large holding with own retail chain stores and dynamically developing production capacities as a research object for disclosure of this subject. The purpose of the article is to reveal regularities of the edition of printed materials of art orientation at the regional level, to define competitiveness and marketing appeal which is in many respects reached thanks to timely design approach, capable to interest an ultimate consumer. Initial installation of work directs to development of individual methodology and technology of creation of graphic production, on the basis of author's elements of design and imposition with use of equipment rooms and software of computer graphics and prototyping and also ways of manual submission

of the design project in the course of its development and integration into society in the conditions of market economy. The author gave an important place to consideration of his font compositions and illustrations in the automated and analog design of editions in the context of the comparative analysis of use of computer technologies in design creativity on the example of Bookstore of the Writer publishing house. Along with it the author designated the status of the organization in real-life market system taking into account specifics of regional business and prerequisites of emergence of new tendencies of design. The main components of a visual row are the following components: design, emotional and stylistic. The author considered form factors of the corporate style of printed materials of this brand, font compositions and color schemes in an economic and design context. Thus, the author paid much attention to creation of printed materials, implementation economically reasonable, socially important, best-selling design projects of different types of the consumer and types: books, poetic collections, catalogs of exhibitions. The design works of the author realized in practice, since 1998 till present, executed within continuous cooperation with Bookstore of the Writer publishing house became a dominant.

Key words: economic validity, marketing, strategy, prime cost, demand, offer, design, imposition

Об авторе:

Исаев Денис Валерьевич, магистрант Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, г. Тамбов

About the author:

Isaev Denis Valeryevich, Applicant for Master's Degree, Tambov State University named after G. R. Derzhavin, Tambov