

Ұ.Ж. Молдашева* , С.М. Медеубек 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,

*e-mail: m.uljan@mail.ru

КІТАП МҰҚАБАСЫН ҰЛТТЫҚ СИПАТТА БЕЗЕНДІРУДЕГІ ІЗДЕНІСТЕР

Бұл мақалада кітап мұқабасының кітап шығару өнеріндегі орны мен рөлі талқыланады. Барлық уақытта ұқсас жанрлар мен тенденциялар болса да, әр елдің мәдени ерекшеліктеріне сәйкес шығармашылық тәсілдері де әр түрлі болуы мүмкін екендігі атап өтілді.

Осы ғылыми мақаланың мақсаты тұтынушының беріліп отырған ақпаратты ары қарай оқу қажеттілігіне немесе қажет емес деп шешім қабылдауына ақпараттың «сырт келбеті», біздің жағдайда, кітап мұқабасының безендірілуінің маңыздылығы мәселесін зерттеу болып табылады.

Ғылыми зерттеудің негізгі идеясы – әр елдің ұлттық ерекшеліктеріне байланысты мұқабаның дизайнындағы айырмашылықтарды салыстыру. Мақалада қазіргі заманғы кітап иллюстрациясының ерекшеліктері қарастырылып, бірнеше танымал мысалдар салыстырылған.

Тақырыпты зерттеу барысында мақала авторлары жалпы ғылыми зерттеу әдістемелерін қолданды, атап айтқанда: салыстыру әдісі, талдау және синтез әдістері, сонымен қатар, контент-анализ, когнитивті суреттеу қолданылды. Шетелдік, сондай-ақ отандық ғалымдардың теориялық зерттеулері мен тұжырымдары алынды.

Зерттеу жұмысының нәтижесі мұқабаның кітап мазмұнының «айнасы» екендігін анықтады. Ол декоративті сипатқа ие және оқырмандарды қызықтыруға көмектесетін кітаптың маркетингінде де маңызды рөл атқарады. Кітаптың сыртқы сипатын әрлегенде дизайнер міндетті түрде өзіне көптеген міндеттер қояды. Ол алдымен потенциалды оқырманның қызығушылықтары мен қажеттіліктерін ескереді, кітаппен қандай байланысы барын айқындайды, басылымның осы түрінің құрылымы және оның мақсаттары мен қағидастарын ұсынады. Ол кітапты сырттай және іштей «құрастырады», оған затын да таңдап, сындарлы шешімдер ойлап табады, кеңістікті ұйымдастырады және қабылдау динамикасын орнатады, визуалды бейнелер жүйесін жасайды.

Ғасырлар бойы кітап өнерінің эстетикалық шешімдері дамып, кітап басқа өнер түрлерінің – сәулет өнері, кескіндеме және графика, шрифт өнері мен қолданбалы шығармашылық, кейде театрландырылған қойылымдардың көркемдік табыстары мен жетістіктерін өз қажеттіліктеріне бейімдеуі зерттеудің құндылығы болып табылады.

Кітап безендіру бүгінде мұқабаның бетінің ресми безендірілуінен бастап көркемдік біртұтастығына дейін елеулі өзгеріске ұшырады. Осы жұмыстың материалы мен нәтижесі дизайн өнерін оқытуда, кітап дизайны мамандарын дайындауда оларды қолдану кезінде, жалпы өнер саласында, өнертанушылардың, суретшілердің, мәдениеттанушылардың ғылыми зерттеулері мен практикалық қызметінде қолдануға болады.

Түйін сөздер: кітап графикасы, кітап шығару, дизайн, кітап мұқабасы, ұлттық дизайн ерекшеліктері.

U.Zh. Moldasheva*, S.M. Medeubek

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: m.uljan@mail.ru

Research on Book Cover Design in National Character

This article discusses the place and role of book covers in the art of publishing. It was noted that even if similar genres and trends exist at all times, creative approaches may differ depending on the cultural characteristics of each country.

The purpose of this scientific article is to study the “appearance” of information, in our case, the importance of book cover design, since based on this the reader decides whether to read the information provided or not.

The main idea of the study is to compare differences in cover design depending on the national characteristics of each country. The article examines the features of modern book illustration and compares several well-known examples.

The authors of the article, during studying the topic, used general scientific research methods, in particular: the comparison method, methods of analysis and synthesis, content analysis, cognitive analy-

sis. Theoretical studies and conclusions of foreign and domestic scientists have been obtained. Research results have shown that the cover is a “mirror” of the content of the book. It is decorative and even plays an important role in the marketing of the book, helping to better attract readers. A designer, who creates the appearance of a book, always sets himself many tasks: one should take into account the interests and needs of a potential reader, model the state of his relationship with the book, present the goals and principles of the structure of this type of publication.

The design of the book today has undergone significant changes: from the official design of the cover to artistic unity. The materials and results of this work can be used in teaching the art of design, in the training of specialists in book design; in the field of art in general, in the research and practice of art historians, artists, cultural studies.

Key words: book graphics, book publishing, design, book cover, peculiarities of national design.

У.Ж. Молдашева*, С.М. Медеубек

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

*e-mail: m.uljan@mail.ru

Исследования дизайна обложки книги в национальном стиле

В данной статье рассматриваются место и роль книжных обложек в искусстве книгоиздания. Было отмечено, что во все времена существовали схожие жанры и направления, но творческие подходы всегда отличаются в зависимости от культурных особенностей каждой страны.

Целью данной научной статьи является изучение «внешнего вида» информации, важность дизайна обложки книги, исходя из которого, читатель решает, читать предоставленную информацию или нет.

Основная идея исследования – провести сравнительный анализ дизайна обложек в зависимости от национальных особенностей оформления книжной продукции в разных странах. В статье рассмотрена специфика современной книжной иллюстрации и приведены примеры.

При изучении темы авторы статьи использовали общенаучные методы исследования, в частности: метод сравнения, методы анализа и синтеза, а также контент-анализ, когнитивный анализ, теоретические исследования и заключения зарубежных и отечественных ученых.

Результаты исследования показали, что обложка является «зеркалом» содержания книги. Она носит декоративный характер и играет важную роль в маркетинге книги, помогая привлечь читателей. Создавая внешний вид книги, дизайнер всегда ставит перед собой много задач: следует учитывать интересы и потребности потенциального читателя, моделировать состояние его взаимоотношений с книгой, представлять цели и принципы структуры данного типа публикации. Он «сочиняет» книгу снаружи и изнутри, подбирает для нее материалы, придумывает конструктивные решения, организует пространство и задает динамику восприятия, создает систему визуальных образов.

В данном исследовании показывается, как на протяжении веков эстетическая ценность книжного искусства возрастала, ведь книга адаптирует художественные достижения и успехи других видов искусства – архитектуры, живописи и графики, шрифтового и прикладного искусства, а иногда и театральных представлений.

Дизайн книги сегодня претерпел значительные изменения: от официального оформления обложки до художественного своеобразия. Материал и результаты этой работы могут быть использованы в обучении дизайнерскому искусству, при подготовке специалистов по дизайну книг; в области искусства в целом, в исследованиях и практике искусствоведов, художников, культурологов.

Ключевые слова: книжная графика, книгоиздание, дизайн, обложка книги, особенности национального дизайна.

Кіріспе

XX ғасырдың 60-жылдары мен 80-жылдар ортасынан бастап кітап пішінін ұйымдастыру мәселелері жан-жақты қарастырылып, өнер тарихы туралы зерттеулерде де талқылана бастады, осы тақырып бойынша дизайнер-суретшілердің амалияттық тәжірибелер жөніндегі кітаптары мен осы сала бойынша назарашылар, тарих-

шылар мен сыншылар жазған еңбектер жарық көрді. Бұл зерттеулер мен ғылыми еңбектерде, әдістемелік нұсқаулар мен оқу құралдарында және оқулықтарда басылымның адамға әсер ететін функционалдық сапаларының кешенін, кітаптың ақпараттық жүйелердегі орны мен кітап безендірудің ролін айта келе эстетикалық тұрғыдан маңызы бар дизайнға да ерекше назар аударылды. Кеңестік кезеңде кітап дизайны

тақырыбында қазақ тілінде жекелеген мақалалар мен бірлі-жарым зерттеу ғана болды. Ал XX-XXI ғасырлар тоғысында кітап нарығының жағдайы Кеңес кезеңінен мүлде басқаша өріс алды (Герчук, 2015).

Қазіргі дизайндағы жаңа үдерістерді түсіну үшін кітап мәдениетін қарастырудың тарихи және бір сәттік түрінен бас тарту керек болды (Матье, 2012). Кітап дизайнына деген жаңа көзқарас оның негізгі өзекті мәселелері мен атқарылуы тиіс міндеттерін анықтауға мүмкіндік берді, ал бұл өз кезегінде кітап дизайнындағы негізгі бағыттар мен жолдарды анықтауға жол ашты. «Кітапты мұқабасына қарап бағаламайды» деген қағида бар. Алайда бүгінгі күні бұл көзқарасты ұстанушылар азайған. Мұқабаны кітаптың таралымы мен сұранысына тікелей әсер ететін факторға айналды.

Мұқабаны, әдетте, қалың қағаз парағы немесе кітап блогын орайтын жұмсақ картоннан жасалады. XX ғасырдан бастап кітап нарығы кеңейіп, бәсекелестік күшейген сайын мұқабаны ақпараттық және жарнамалық қызметке ие болды. Оқырманның баспа өнімімен танысуын бастайтын ең бірінші нәрсе – мұқабаны. Нәтижесінде, нарықтың кеңеюі және кітап саудасының шоғырлануы аясында белгілі бір алқаманға және оқу жағдайына арналған мазмұнды кітаптың белгісі (алмастырушысы) ретінде мұқабаны өте маңызды мәнге ие болады.

Материалдар мен ғылыми тәсілдер

Мақалада мұқабаның түрлері мен кітап қабын безендіру талаптары, осы тақырыпта шетелдік дизайнерлер мен зерттеуші ғалымдардың тұжырымдары сарапталып, жүйеленіп, іріктелген теориялық ұстанымдар мен мәліметтер қорытынды тұжырым жасауға қолданылды.

Автор заманауи кітап басылымында мұқабаның маңыздылығын саралай келе, оның бүгінгі күнгі өндірістегі өзектілігін зерттеді. Барлық жинақталған деректерді жүйелеп отырып, қолданылған әдебиеттерді талдап, ғылыми мақаланың базасында өзіндік тұжырымын жасауға тырысты. Кітап басылымына қатысты зерттелген және жазылған еңбектер мен тәжірибе жұмыстарын талдап қорытындылау, тарихи-салыстырмалы, құрылымдық, жүйелік, теориялық таным, типтендіру секілді жалпы ғылыми, әлеуметтанулық, философиялық, тарихи зерттеу тәсілдерін қолданып жұмыс жасалды.

Мақала тақырыбын зерттеу барысында негізгі ғылыми зерттеу әдістемелері қолданылды: талдау және синтез әдісі, салыстырмалы тарихи

әдіс, сонымен қатар эскизативті әдістер (контент-анализ, мәтіннің ауызша және жазбаша мәнін, онда жиі кездесетін оқиға желісінің дамуын жүйелеп зерттеу, когнитивті суреттеу, белгілі бір саяси мәселені сол немесе басқа саясаткердің қалай анықтағаны жөнінде анализ жасау).

Мақаланың әдістемелік негізі болып, сонымен бірге шетелдік, әсіресе ресейлік әрі отандық ғалымдар мен осы саланың тәжірибеде жүрген мамандарының теориялық зерттеулері мен тұжырымдары алынды. Зерттеу объектісін талдауда графикалық дизайн тақырыбына қатысты мәдениет, өнер саласындағы ойшыл ғалымдардың теориялық ұстанымдары басшылыққа алынды.

Жалпы айтқанда, мазмұны бойынша әдебиетті шартты түрде үш түрге бөлуге болады (нақтырақ айтқанда, әдебиеттерді тағы бірнеше түрге бөліп қарастыруға болады):

– ғылыми зерттеушілік, тіпті, саяси және техникалық әдебиет пен оқулықтардың, анықтамалықтар мен энциклопедиялардың және т.б. түрлерін қамтитын көркем бейнелеу әдістерін қолданбайтын танымдық әдебиеттер;

– көркем образдарда бейнелейтін көркем әдебиет;

– ғылыми-көркем және ғылыми-көпшілік әдебиеттер.

Тізімделген әдебиеттердің әрқайсысы мазмұны жағынан да, пішіні жағынан да ерекше. Кітап шығаратын кез келген адамның міндеті – кітап мазмұнын оқырманға мүмкіндігінше қолжетімді ету. Кітаптың «тиімді өтуі» дизайнерге өте тәуелді.

Негізгі бөлім

Кітап графикасының әртүрлі құралдары бар: типтік, сәндік, тақырыптық. Олардың барлығы мұқабаларды, тыстымұқабаларды безендіруде кеңінен қолданылады және сипатына байланысты бірнеше ерекшелікке ие. Кітаптарда қамтылған әртүрлі сипаттағы тақырыптардың кең ауқымы оларды бейнелі түрде көрсетудің алуан түрін қажет етеді. Белгілі бір дизайн құралдарының ерекшеліктерін білу үшін негізгі дизайн элементінің сипатына қарай мұқабаны, тыстымұқабаны мен ішкі суреттерге арналған әртүрлі шешімдерді жіктеу пайдалы (Брюс, 2010).

Бұл көп жағдайда бірнеше гетерогенді дизайн элементтерінің мұқабаны, суперқаптама бүйірлерінде бірдей қолданылуымен күрделі, мәселен, қаріптің жанында ою-өрнек немесе

сюжеттік кейіпкер бейнесі болуы мүмкін. Қаріп, негізінен алғанда, көп жағдайда символ не эмблемамен және тағы басқаларымен бірге жүреді. Сол себепті де композиция құрылымындағы басты элемент бөлігін енгізу принципіне бағытталған дизайнерлік техниканы жіктейтін боламыз. Бұл жағдайда бір элементтің екінші элементтен артықшылығын анықтайтын критерий оның кітап мазмұнын ашудағы рөлімен байланысты болады. Бұл критерийлер алдын ала белгіленіп алынады, өйткені көбінесе сәндік түрге жатпайтын, десе де үлкен сәндік жүктемесі бар мұқаба композицияға енгізілген сюжеттік фигура тақырып тұрғысынан алғанда негізгі бөлік, ал ою-өрнек тек қана рамка болып қалады.

Кітап мазмұнындағы ең негізгі компоненттер – кітаптың тақырыбы, идеясы – барлығы да эрқашан үйлесімді әрекет ететіні айқын нәрсе. Тақырып деген ұғымға автордың (мәтіннің, кітаптың, туындының, шығарманың) оқырманның назарын аудару аясына кіретін құбылыстар ауқымын жатқыза аламыз. Яғни ол материалды іріктеу процесінде оқшау етіледі: ұсақ құбылыстар «жоғалып», негізгілеріне баса назар салынады (Гончарова, 1977). Бұған, жалпы, көп жағдайлар әсер ете алады. Бірақ ең бастысы, автордың осы болып жатқан құбылыстарға деген көзқарасы, ұстанымы мен дүниетанымы автор идеясынан өз көрінісін табады. Ал мұндай ұстаным уақыт өте дами келе, жүйе болады-дағы, оқырман үшін туындының бүкіл құрылымын, оның ішкі логикасын ашық етіп көрсетіп береді. Оны қадағалай отырып, оқырман шығарманың негізгі авторлық идеясын түсінеді және өзінің көзқарасына байланысты оны таниды немесе жоққа шығарады. Кітап әрдайым идеяларды жеткізуші болып табылады, сондықтан дизайнер оқырманға кітаппен байланыс жасау тәжірибесін жеткізу үшін оларды түсінуге тырысуы керек (Миронова, 1984).

Бірақ та тікелей образдық формада айтуға мүмкіндік бермейтін көптеген тақырыптар бар. Мұндай мәселе, әсіресе ғылыми туындыларды безендіруде, мұқабасын әзірлеуде жиі ұшырасады. Мысал үшін шексіз шамаларды талдау туралы кітап бар делік. Айқын да, әдемі логикалық абстракцияға негізделген бұл кітап өздігінен мағыналы келеді, ал тақырыбы нақты көрсетілген. Десек те осы кітаптың идеясы да, тақырыбы да көркемделген түрде көрінуі қиын болады. Мұндай кітаптар өте көп. Дизайнер міндеті туралы айта отырып, белгілі бір шығарманың мазмұнын білдіруді емес, осы кітап жататын бүкіл әдебиет түрінің мазмұнына

тән ерекшеліктерді есте ұстау керек. Ал көркем шығарма кітаптарында болса, дизайнер оқырманға сол шығармалардың мазмұны туралы толығырақ түсінік бере алады.

Дегенмен кітап туындысының тақырыбын тек қана безендіру (дизайн) арқылы толық көрсету мүмкін емес. Мұқабада немесе супер-мұқабада тек оған жалпылама түрдегі сипаттама беруге болады, оқырманды шығарманың тек ең маңызды тұстарын ғана түсінуге итермелей алады. Бұл жағдайда жұмыстың сәтті не сәтсіз болуы негізгі тақырып үйлесімін дұрыс таңдау мен оларды көрсету формасына байланысты.

Қандай да бір көрнекі элементтің басымдылығы бойынша мұқабалар мен суперобложкаларды бес топқа жіктеп бөлуге болады (Конноли, 2009), олар сәйкесінше былай жіктеледі:

- қаріп (шрифт);
- ою-өрнек немесе декоративті емес безендіру;
- тақырыптық сурет;
- символдық немесе эмблемалық сурет;
- сюжеттік-тақырыптық сурет.

Дизайн саласының осы топтың кез келген біріне жататындығы, жоғарыда аталып өткендей, оның басқа топқа тән элементтер құрамында болуын да жоққа шығармайды. Айырмашылық тек «меншікті салмақта», осы элементтердің арақатынасында, олардың кітаппен тақырыптық байланыстарды ашуға қатысу дәрежесінде. Бұл байланыстар негізінен:

- тікелей;
- белгілі бір образда (тақырыптық, символдық, сюжеттік сурет);
- жанама түрде, ассоциативті өрнекке (қаріппен, ою-өрнекпен), көркем образдарға құрылған.

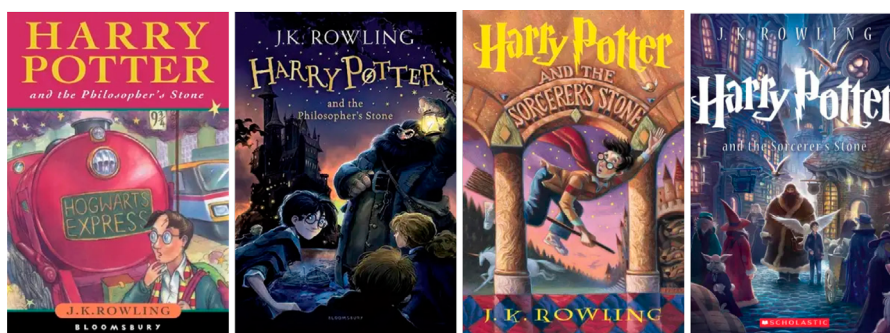
Көркем образға байланысты айтсақ, бізде әрдайым нақты бейнелеу объектісі ретінде нақты нысандар немесе шынайы құбылыстар болады. Осы жұмыста олар жалпылама түрде өмірлік нанымды белгілі бір дәрежеде алады. Бірақ оны көркем образ объективті әлем негізінде құрылып, қайта жаңғыртады (Большаков, 1964). Көркем образ өзінің айрықша сипатына қарамастан, кез келген басқа да образ сияқты объективті әлемнің субъективті сипаты болып қала береді.

Түстік шешімдер арқылы композиция құрылымының бір бөлігін жақсартуға, баса назар салып көрсетуге болады. Түс, мысалы, тақырыптың жолдарын, қаріптердің кез келген тобын, сондай-ақ кескіннің ерекше назар аудару қажет бөліктерін мейлінше бөлектеуге мүмкіндік береді. Мұнда бірнеше кең таралған түс схемалары берілген (Йост, 1996):

Егер әдеби шығарма тарихи сипатта болса немесе оның іс-әрекеті айқын ұлттық-этнографиялық сипаттамалары бар басқа елдерде орын алса, онда суреттей бастағаннан кейін халықтың мәдениеті, олардың костюмі, тұрмыстық заттары, қалалар мен ауылдардың сәулеті туралы жеткілікті материал жинау қажет. Бірақ дизайнер үшін иллюзиялық сенімділіктен гөрі бейнелі

мәнерлілік маңызды. «Дәлдік ақылсыз әдетке айналмауы керек» (Адамов, 1993). Егер ертегі суреттелген болса, онда кәдімгі шындықтан асып түсетін иллюстрациядағы ертегі элементі міндетті түрде орын алуы керек.

Мысалы, әлемге әйгілі «Гарри Поттер» кітаптарының мұқабасы әлемнің әр мемлекетінде әртүрлі болып келеді.



1. Ұлыбритания 2. Америка Құрама Штаттары



3. Франция 4. Германия

2-сурет. Әртүрлі баспадағы мұқабалар

Соңғы бірнеше жылда дизайнердің кітап индустриясындағы рөлі едәуір өсті. Адамның бір нәрсе туралы алғашқы әсері оның сыртқы түріне байланысты болатынын бәрі біледі, бұл кітап өнімдеріне де қатысты. Сарапшы мамандардың пікірінше, дүкенге келетін оқырмандардың да әртүрлі санаты бар, бірақ кітаптардың көптігі де ойды шашыратады, сондықтан оқырмандар кітапты «мұқабасы ұнады» деген қағидамен сатып алады.

Кітап мазмұнымен ғана емес, дизайнымен де қызықты болса, жүз есе жағымды болады дегенге көпшілік келіседі. Демек, кітап мұқабасының дизайны ең маңызды болып табылады және тіпті кітап шығарудың қызықты кезеңдерінің бірі деп айтуға болады.

Кітап мұқабасы дизайнерлерінің алдында тұрған мәселе – кітаптың рухын жеткізу және оны тұтынушыларға тартымды ету. Қаншалықты таңқаларлық болып көрінгенімен, әртүрлі елдерде түпкілікті нәтиже мүлдем басқаша көрінуі мүмкін. Сонымен қатар кейде тіпті әртүрлі мемлекеттерде кітаптың атауы да өзгеріске ұшырайды, себебі сол елде түпнұсқадағы атауы ұнамай қалуы, кейде ол мүлдем теріс мағынаға ие болуы да мүмкін.

Мәселен, біз кейде фильм постерлері мен бейне мұқабаларды әртүрлі нұсқада көруге үйренгенбіз. Студиялар әртүрлі нұсқалар әзірлеп және сынап қана қоймай, кейде басқа елдердегі нарықтарға әртүрлі таңдау жасайды. Бірақ көбінесе белгілі бір фильмге арналған афиша

көптеген елдерде өте ұқсас болады. Себебі әлемдік маркетинг дәуірінде бір студия фильмді барлық аумақтарда, көбіне бір уақытта шығарады.

Дегенмен бұл кітаптарға қатысты емес. Көп жағдайда баспагерлер бір елге немесе тілге арналған кітапқа құқықты ғана сатып алады, ал кітап өзінің түпнұсқасындағы дебюттен бірнеше ай өткен соң шығады. Нақтырақ айтсақ, автордың бір елдегі баспагері болады, бірақ оның басқа кітабын басқа тілдерде шығаратын бірнеше баспагерлері бола алады. Бұл баспагерлер кітапты сатып алғанда тек мәтінді сатып алады, яғни кітаптың мазмұнын.

Бұл халықаралық баспагерлерге таңдау мүмкіндігі бар дегенді білдіреді:

- мұқабаны лицензиялауды ұйымдастыру;
- өз дизайнындағы мұқаба жасау.

Баспагерлер әдетте екінші нұсқаны таңдайды. Бұл оларға кітапты өз нарығына қарай ыңғайластырып келтіруге және осы туралы өзіндік шығармашылық таңдау жасауға мүмкіндік береді.

Француз баспагерлері француз қыздары мұқабасында қыз бейнесі жоқ кітапты теріс қабылдайды деген теорияны ұстануы мүмкін. Неміс баспагері неміс балалары кітаптарының комикске ұқсауын қалайды деген мәліметтерге сүйенуі мүмкін.

Бағалар әртүрлі болғанымен, мұқабалар соншалықты қымбат емес. Сондықтан баспагерлер өз дизайнерлерін жалдауы ақылға қонымды шешім болып көрінеді.

Кітап мұқабалары екі мақсатты көздейді. Біріншісі – тартымдылық. Дизайн сізді кітапты алуға «мәжбүрлей» ала ма?

Мұқаба дизайнының екінші функциясы – оқу, әсер алуға ықпал ету.

«Тіпті кітап мұқабасы да – оқырман, дизайнер және тапсырыс беруші қажеттіліктерін ескеретін өнім», – дейді ABCdesign дизайн-бюросының жетекшісі Дмитрий Мордвинцев. «Тепе-теңдіктің қандай да бір моделін табу керек, мұнда барлығы қойылған міндеттерге сәйкес келеді және өзі күткен мақсатына қол жеткізеді: дизайнер өзінің амбицияларын қанағаттандырады, тапсырыс берушілер сатылымдар мен өз имиджіне риза болады, ал тұтынушы қалағанын табады». Жақсы дизайнерлік шешім – қызықты визуалды қозғалыс қана емес, сонымен қатар «векторлар бойымен әртүрлі бағытта қозғалуға» мүмкіндік беретін негізгі схема, ойластырылған алгоритм.

«Көбіне бір туындының мұқабалары әр аймақта әртүрлі болады», – дейді Натје Сантз баспа үйінің директоры Холгер Либс. – Тіпті халқы бір тілде сөйлейтін елдерде (мысалы, АҚШ пен

Ұлыбритания) кітап форматы әртүрлі келеді. Испан кітаптары да солай: тілі бір, бірақ әдебиеті мүлде бөлек, ал Испания мен Латын Америкасы елдері әртүрлі нарық қағидаларымен жұмыс істейді».

Суреттерден қаріп, түстік шешім, жалпы иллюстрацияның орындалу техникалары әр елдің ұлттық мәдени ерекшеліктеріне байланысты өзгешелеу келетіндігін байқауға болады. Ортақ ұқсастықтардан тек логотип пен балалар әдебиетіне тән түстер үйлесімін байқауға болады.

Акцент беру элементтері. Бұл термин арқылы дизайнерге мәтіндегі ең маңызды (мағынасы жағынан) сөздер мен сөз тіркестерін түпнұсқа композицияда, мұқабада, тыстымұқабада немесе алғыбетте (титулда) бөлуге мүмкіндік беретін қаріп элементтерін атаймыз.

Акцентуация (сөздік дискриминацияның фонетикалық құралдарының ерекше аймағы) құралдарына мыналар кіреді:

– әріптердің мөлшері, олардың бейімділігі мен стилін өзгерту;

– әріп түстерін және текстурасын өзгерту, мәтін сөздерін жолдарға бөлу тәртібі және т.б.

Мәтіннің акцентуациясы мұқабаның жеке дизайны мен түптеу үшін ғана емес, сонымен қатар дизайнды құрау процесі кезінде де қажет.

Мұқабаның немесе түптеудің бүйіріндегі жазуда басты нәрсеге баса назар аудару мәселесі тек жазылғандардың мағынасын анықтауда ғана емес, сонымен қатар үйлесімді қаріп композициясын ұйымдастыруда, барлық элементтердің кеңістіктік және масштабтық арақатынасын дұрыс табуда. Сонымен қатар кітап атауының қаріппен дәстүрлі акцентуациясынан бөлек ауытқуға да болады. Мысалы, егер «Таңдамалы еңбектер» немесе «Жинақталған шығармалар» атауымен берілген кітап дизайны туралы айтатын болсақ, мысалы, автордың тегін бөлек көрсеткен дұрысырақ (Ляхов, 1971).

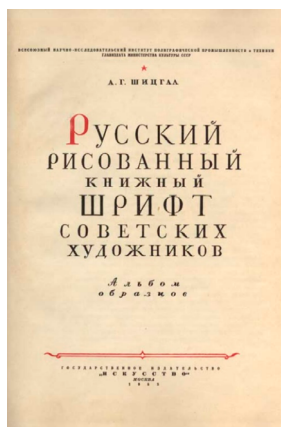
Акцентуациялық құралдарды формальды қолдану мағынаның бұрмалануына әкеліп соғуы мүмкін. Типтік мысалдар – бұл мәтіннің қосымша элементтерінің негізсіз екпіні, сөздердің қажетсіз дефис арқылы пайда болған буындардың мағынасыз екпіні.

Ассоциативті және семантикалық элементтер. Біз бұл тұжырымдамада қаріптің көмегімен дизайнер оқырман белгілі бір шығармаға тән сипаттамалар туралы ой тудыра алатын қасиеттерін атаймыз. Мәселен, кітап туралы дәуір көрсеткіштері, оның ұлттық ерекшеліктері, белгілі бір құбылыспен байланысы және тағы сол сияқты қасиеттері.

Ұзақ тарихи даму үдерісінде қалыптасқан қаріптің мұндай ерекшеліктері дизайнерлерді шығарманың тақырыбы мен оның кейіпкерін бағалауда үлкен жауапкершілікті міндеттейді. Қаріптегі ассоциативті-семантикалық реңктерді оқырман негізінен белгілі бір дәстүрлер, ассоциациялар, салыстырулар, байланыстар негізінде қабылдайды. Дәстүрлі семантикалық элементтердің әсері қаріп сызбасында, оның түсінде, контрастында және рельефінде айқын байқалды.

Қаріптің мәнерлілігі мен сипаты екі баспа түрін – «Елизаветинская» мен «Родченконы» салыстырған кезде айқын көрінеді. Кітап дизайны бойынша тіпті тәжірибесі жоқ оқырманды «Родченко» терген Ломоносов немесе Сумароков мысалдарының шығармалары сияқты, «Елизаветинская» қаріппен терілген Маяковский шығармаларының мұқабасы таң қалдырады. Бұл келіспеушіліктің себебі әр дәуір мәдениетінің өнімі болып саналатын қаріптердің стильдік ерекшеліктерінде, сондай-ақ Маяковский, Ломоносов немесе Сумароков шығармашылығында екендігі түсінікті.

Дизайнерлер кітапқа тарихи немесе ұлттық бояу беру үшін қаріптің визуалды мүмкіндіктерін кеңінен пайдаланады. Бұған жарқын мысалдар С. Телингатер, В. Лазурский, С. Пожарский, Е. Коган, Ю. Егоров, Д. Бисти, Г. Дмитриев, Е. Ганнушкин және басқалардың ең жақсы туындылары, олар дизайнердің оқырман үшін кітап мазмұнымен және қазіргі кітап графикасына тән ерекшеліктерімен қажетті ассоциацияларды тудыратын дәстүрлі қаріппен ұтымды үйлесімділікке қол жеткізді. Оның жарқын мысалы – суретші Б. Титовтың «Русский рисованный шрифт советских художников» кітабының дизайны, ол ескі болғанымен, жаңа орыс ұлттық жазуы элементтерін сәтті біріктіреді.



3-сурет. Баспа кітаптары

Біз типтің мағыналық реңк беретін ең негізгі ерекшеліктерін атап өттік. Бірақ бұдан басқа да көптеген нәзік сәттер бар, мысалы, әріптердің ырғақты үйлесімдері мен түс қарқындылығына байланысты оларды дәл есептеу мүмкін емес, бірақ оқырманға әсер етеді. Атап айтсақ: мәнерлі тип, жеңіл немесе ауыр, динамикалық немесе баяу. Көбінесе бұл сезімнің себептерін білмей, кейде біз бұл қаріптің берілген кітапқа сәйкес еместігін байқай аламыз (Саймон, 1996). Сондықтан қаріпте кітап немесе оның тақырыбының мағыналық жағын сипаттауға мүмкіндік беретін бірқатар қасиет бар деген қорытындыға келе аламыз. Расында да, ол белгілі бір көркем образ тудырмайды, тек экспрессияның ассоциативті формасымен ғана шектеліп қалады. Кітаптағы шығарманың тақырыбы туралы жоғарыда аталғандарды еске ала келе, қаріп көмегімен кітап мазмұнының кейбір жақтарын, әсіресе оның жалпыланған анықтамаларына байланысты аспектілерді ашуға болатындығын айтуға болады.

Ою-өрнек композицияның негізгі элементі ретінде белгілі бір тақырыптағы кітаптарға мұқабалар жасауда жиі қолданылады. Алайда қосалқы элемент ретінде, егер мазмұнды тікелей бейнелеу міндеті қойылмаған болса, кітаптың бүйір, форзац сынды басқа элементтері де бәрінен кең қолданылады.

Ою-өрнек әрдайым тақырыптың негізінде қолданылады, мотив болса, қоршаған әлемнің нақты формаларының – гүлдердің, жануарлардың, заттардың декоративті көрінісі болып табылады. Ол әрі геометриялық сызықтардан, пішіндерден және тағы да басқа осындай бөліктерден тұрады. Сәндік мотивтер өзінің тақырыптық мәні жағынан сай келмейді.

Геометриялық ою-өрнек жануарларға, тіпті, өсімдіктерге қарағанда мәнері жағынан төмен, кейде символдық мағынаға ие болып отырады (жүгері, лавр мен емен бұтақтары және т.б.). Ою-өрнек элементтерін қолдану дәстүрі көптеген ғасырлар бойы әртүрлі халықтар арасында қалыптасқаны түсінікті. Олар және де сәндік мотивтер мен формалардың эволюциясы ретінде бүгінгі күнге дейін жалғасын тауып келеді (Фаворский, 1986).

Көптеген ұрпақ бойына жиналған сәндік өнердің құндылығы екі негіздің бірлігіне – ою-өрнек мазмұны мен пластикасына негізделген. Терең спецификалық мазмұн өзінің мәніне сәйкес көбіне тақырыптық дәстүрлі-семантикалық элементтерді алып жүреді. Ою-өрнекпен жұмыс істейтін дизайнер осы негізді көріп,

оны туындымен тақырыптық байланыстарды дамыту үшін қолдана білуі керек. Ою-өрнекті шебер қолдануды көрсететін көптеген мысалдар табуға болады. Ою-өрнек қолданбалы өнер, қолөнер, көркемөнер және т.б. туралы кітаптарды безендіруде, яғни ою-өрнекпен байланысты тақырыпта кітап мазмұнын жалпылама түсіндіру қажеттілігі туындаған кезде кеңінен қолданылады.

Ою-өрнектің ұлттық табиғаты оны ұлттық әдебиет антологиясы сияқты басылымдарды безендіру құралы ретінде кеңінен қолдануға мүмкіндік береді, ондағы кітапқа оның ұлты тұрғысынан жалпы сипаттама беретін синтезделген шешім табу қажет.

Кітап мұқабаларын безендіруге деген шамадан тыс ынта әрдайым монотондылыққа әкелетінін атап өткен жөн. Мазмұнына қарамастан, кітапты безендіру жағымсыз салдарға алып келуі мүмкін: жалпы кітаптың сыртқы иллюстрациялық компонентіне ғана мән беру шығарманың өзіндік ерекшелігін, ал тақырыптық мәнін екінші деңгейге ысырып тастауы мүмкін.

Кітап дизайнында ою-өрнектерді қолдану сынды кез келген дизайн элементтерін жасау кезінде ұқыптылық болуы керек. Ою-өрнек туралы айтқан кезде дизайнер өзінің қандай мақсатты көздейтіндігін, нақты не айтқысы келетінін білуі керек.

Ою-өрнек бейнелеу өнері жүйесінде маңызды рөл атқаратын үлкен декоративті маңыздылығымен сипатталады. Сәндік бейнелеу саласының дамуы декоративті мәнде, сондай-ақ элементтер мен түстік қатынастардың дамып, өзара үйлесуі арқылы жүреді.

Қорытынды

Мұқабасы жоқ кітапты дайын өнім деп санауға болмайды. Кітап өзінің мазмұны мен мақсаты туралы қысқаша сипаттама беріп тұруы тиіс, тіпті ашылмай тұрса да, оның жақтауы дұрыс болуы керек. Дизайн құралдарының көмегімен кітаптың адамға әсерін едәуір күшейтуге болады, оның мазмұнын түсінікті және қолжетімді ету арқылы да оқырманның қолына

түспей тұрып-ақ, оған назар аудартуға болады. Кітаптың мұқаба, парақ, суперобложка сияқты сыртқы элементтерінің дизайны сапалы болып шығуы үшін дизайнер потенциалды оқырмандардың қызығушылығын, аудиторияның әртүрлі топтарының ерекшеліктерін, кітаптың мазмұнын, оны жариялаудың мақсатын өзі де білуі керек.

Әртүрлі елдер кітаптарының мазмұны түрлі тілде жазылатыны сияқты, олардың мұқабаларында да өздеріне тән ұлттық ерекшелік элементтері, қалыптасқан түстерді, реңдерді, бояу түрлерін қабылдау шешімдері кездеседі екен. Мысалы, әйелдер романтикасына арналған кітап мұқабасын қазақстандық басылымда қарапайым әйел бейнесімен безендірер болса, француз басылымдары әлдеқайда ашық, мүмкін стилизацияланған әйел бейнесін берер еді. Бұл арада, әрине, менталитет те рөл атқарады.

Әртүрлі мемлекеттер нарығында кітап мұқабасы саласында өзгешеліктер болады ма? Әрине, барлық жерде өзіндік тенденциялар бар. Ал қазақ оқырманы мұқабадан көбінесе сюжет немесе оқиға көргісі келеді. Тек дизайнына қарап, ол кітаптың не туралы екенін білгісі келеді. Автор қанша ұнатса да, минимализм де, абстракция да бізде бірге жүрмейді. Жалпы, тұтынушы иллюстрация көргісі келеді. Бұл – нарық заңы.

Мұқаба иллюстрация ретінде қызмет етуі және онда басты кейіпкер (немесе оған ұқсас нәрсе) болуы керек. Келесі бір мәлімдемеге сәйкес, алдымен, жарқын сурет көзге түседі. Қара да, ақ та, сұр да емес. Түс ешқашан көп болмайды, кез келген жарнама беруші осыны растайды. Әрине, бұл өнерде түнді, дауылды, жаңбырды және т.б. бейнелемеу керек дегенді білдірмейді. Барлығы өнердің өзіне байланысты. Мұқаба жедел сатылым құралы деп аталады.

Авторлар кітап сөрелерінде оқырман үшін үлкен бәсекелестік бар екенін түсінуі керек. Сондықтан шыққан кітап бір нәрсемен ерекшеленуі керек: оның мазмұны ғана емес, дизайны да маңызды. Кітаптың назар аударарлық атауы мен мұқабасының сәтті дизайны болуы керек.

Әдебиеттер

- Адамов Е.Б. Художественный образ книги. – М., 1993.
Большаков М.В., Гречихо Г.В., Шишгал А.Г. Книжный шрифт. – М.: Книга, 1964.
Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing. Publishing house «Agio», 2010. – P. 29.
Герчук Ю.Я. Искусство печатной книги в России XVI-XXI веков. – СПб.: Коло, 2015. – С. 56.
Гончарова Н.А. Композиция и архитектура книги. – М.: Книга, 1977. – С. 63.

- Ляхов В.Н. Очерки теории искусства книги. – М.: Книга, 1971.
- Майсурадзе Ю.Ф., Мильчин А.Э., Маковеев Н.П. и др. Энциклопедия книжного дела. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М., 2004. – С. 204.
- Миронова Л.Н. Цветоведение. – Минск, 1984.
- Mathieu L. Book of Books: 500 Years of Graphic Innovation. Thames and Hudson, 2012. – P. 96.
- Richard H. About book design. Yale University Press. – 1998 – P. 102.
- Simon G.A. Science about the artificial. – 3rd ed. – MIT Press, 1996. – 248 p.
- Ian Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design. Hartley and Marks, 1991. – P. 26
- Iost H., Robin K. Book design: practice and theory. – London: Hyphen Press, 1996. – P. 78
- Connolly J. Eighty Years of Book Cover Design. – London: Faber and Faber, 2009. – P. 315
- Фаворский В.А. Об искусстве, о книге, о гравюре. – М.: Книга, 1986.

Электронды ресурстар:

- Karla Lant, Anatomy of a book cover (2015). Режим доступа: <https://99designs.com/blog/book-design/anatomy-of-a-book-cover/>
- Максимов А.И. Книга и обложка книги (2007). Режим доступа: <https://patenton.ru/patent/RU2305634C1>
- Носков К. Все плохо: Что не так с казахстанским дизайном? (2018). Режим доступа: <https://www.the-village.kz/village/people/howtobe/2755-in-design-we-trust>
- Снежинская К. Какой должна быть обложка (2016). Режим доступа: <https://litnet.com/ru/blogs/post/8198#>

References

- Adamov E.B. Hýdojstvennyy obraz knıgi [Artistic image of the book]. – М., 1993.
- Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing. Publishing house «Agiо», 2010. – P. 29
- Bolshakov M.V., Grechihо G.V., Shitsgal A.G. Knıjnyı shrift [Book font]. – М.: Книга, 1964.
- Connolly J. Eighty Years of Book Cover Design. – London: Faber and Faber, 2009. – P. 315.
- Favorskiı V.A. Ob iskýsstve, o knıge, o graviýre [About art, about a book, about an engraving]. – М.: Книга, 1986.
- Goncharova N.A. Kompozitsıya i arhitektonika knıgi [Composition and architectonics of the book]. – М.: Книга, 1977. – S. 63.
- Gerchýk Iý. Ia. Iskýsstvo pechatnoi knıgi v Rossıi XVI-XXI vekov [The art of the printed book in Russia in the 16th-21st centuries]. – SPb.: Kolo, 2015. – S. 56.
- Ian Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design. Hartley and Marks. 1991. – P. 26.
- Iost H., Robin K. Book design: practice and theory. – London: Hyphen Press, 1996. – P. 78.
- Ляхов В.Н. Очерки теории искусства книги [Essays on book art theory]. – М.: Книга, 1971.
- Mathieu L. Book of Books: 500 Years of Graphic Innovation. Thames and Hudson, 2012. – P. 96.
- Майсурадзе Ю.Ф., Мильчин А.Э., Маковеев Н.П. и др. Энциклопедия книжного дела [Encyclopedia of book business]. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М., 2004. – С. 204.
- Mironova L.N. Tsvetovedenie [Color science]. – Minsk, 1984.
- Richard H. About book design. Yale University Press, 1998 – P. 102.
- Simon G.A. Science about the artificial. – 3rd ed. – MIT Press, 1996. – 248 p.

Electronic resources:

- Karla Lant, Anatomy of a book cover (2015). Access mode: <https://99designs.com/blog/book-design/anatomy-of-a-book-cover/>
- Maksimov A.I. Book and book cover (2007). Access mode: <https://patenton.ru/patent/RU2305634C1>
- Noskov K. Everything is bad: What's wrong with Kazakhstani design? (2018). Access mode: <https://www.the-village.kz/village/people/howtobe/2755-in-design-we-trust>
- Snezhinskaya K. What should be the cover (2016). Access mode: <https://litnet.com/ru/blogs/post/8198#>