



Ж. Болатова¹, А. Сарсенбаева¹, Д. Кулкенов¹, А. Слэмғажы²

¹ Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

² Astana IT University, Астана, Қазақстан

E-mail: zhanmur_b_92@mail.ru, erkin-asetay@mail.ru,

d.kulkenov@mail.ru, slamgazhya@gmail.com

Заманауи баспа ісінің мәселелері: дизайн, қаріп және беттеу

Аңдатпа. Ақпараттық технологиялар мен компьютерлік техниканың қарыштап дамуы баспа ісі саласына үлкен өзгеріс алып келді. Бүгінгі баспа ісі саласы бұрынғы қалыптық станоктан заманауи автоматтандырылған жүйеге көшті. Отандық баспалар соны ізденістер мен компьютерлік технологиялардың жаңалығын соңғы 10-15 жылдың көлемінде кеңінен қолданысқа енгізе бастады. Баспа графикасы компьютерлік технологияның бір бөлігі ретінде оқу процестеріне ене бастауының өзі қоғамның ғылым мен білімге, одан қалды жазу өнеріне айрықша көңіл бөлгенін білдіреді.

Қоғамдағы түрлі тарихи-әлеуметтік өзгерістерге сәйкес бірнеше жазу нұсқаларына бейімделіп, фонематикалық принципке сүйенетін, әріптердің жазылуынан, оның өрнегіне дейін баспа графикасы өз шеңберіне алған.

Кітаптың сыртқы безендірілуі ішкі мазмұнына тәуелді. Десе де, көзге бірінші түсетін кітаптың мұқабасы болғандықтан, кітап дизайнына ішкі мазмұннан кем қарауға болмайды. Отандық дизайн саласы айтарлықтай зерттелгенімен, кітап дизайнына, қаріпіне қатысты еңбектер жоқтың қасы. Осы айғақ зерттеудің өзектілігін арттыра түседі.

Тақырыпты тереңірек аша түсу үшін сапалық зерттеу әдісі пайдаланылды. Баспа нарығында белсенді қызмет атқарып жүрген үш баспа жұмысын зерттеу объектісіне ала отырып, олардың өніміне сапалық салыстырмалы анализ жасалды.

Осы зерттеу нәтижесінде кітап дизайнының негізгі элементтері – сурет пен түстерді қолдануда және олардың негізгі графикалық элементтердің пішіндік қасиеттерінің мәнеріне тәуелділігі айқындалды. Компьютерлік графикалық әдістерді пайдалана отырып, сурет пен түстерді кітап дизайнында қолданудың жаңа үлгілері көрсетілді. Кітап безендіруде тек баспа саласының кәсіби шеберлігі мен білімі емес, сонымен қатар, маманның түс, дизайн психологиясын да меңгерудің қажеттігі байқалды.

Түйін сөздер: баспа ісі, кітап дизайны, қаріп, заманауи баспа өндірісі, баспа графикасы, кескін сапасы, кітап маркетингі, полиграфия.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-144-3-122-132>

Кіріспе. Баспа индустриясы Қазақстанда әдебиетті, мәдениетті насихаттауда және білімді таратуда негізгі рөл атқарады. Ұзақ уақыт мемлекеттік жоспармен бірыңғай, бір бағытта жұмыс істеген күрделі баспа саласы қазіргі уақытта нарықтық, цифрлық заман талабына сай өзгерді.

Кез келген саланың дамуындағы басты қозғаушы күш болған цифрлық технология, баспа ісіне де үлкен өзгерістер алып келді. Десе де, технологиялық прогресс басылымдарды дайындау, шығару және тарату процесін жеңілдеткенімен, баспагерлердің алдынан кітап ісіндегі стандарттардың сақталмауы, зияткерлік меншік мәселесі сынды жаңа мәселе шықты.

Цифрлық және дизайн құралдарының пайда болуымен қол жетімді қаріптер мен дизайн стильдерінің саны бірнеше есе өсті. Мұның жақсы да, жаман да жағы бар, өйткені ол оңтайлы шешім таңдау жолын қиындата түседі. Қаріптердің дұрыс таңдалмауы өз кезегінде басылым эстетикасын төмендетуі мүмкін.

Заманға сай трендтердің жылдам өзгеруі – баспа ісінің келесі мәселесі. Бүгін сәнді және өзекті болып саналған нәрсе ертең ескіруі мүмкін. Бұл баспагерлерге басылымдарын жаңартуда қосымша қиындықтар туғызады.

Бұл зерттеуді ғылыми ортаға таныстырудағы **негізгі мақсат** – ғылым мен білімнің дамуына түрткі болған кітап ісі саласын зерттеу объектісіне айналдыру, оның мәселесіне ғылыми көпшіліктің назарын аудару. Әлемдік экономикадағы ғаламдастыру бағытының өзегі де ақпараттық қарым-қатынастағы еркіндік пен техникалық жетістіктер. Баспа ісінің яғни, бүгінгі кітап басу технологиясының дамуы мен болашағы – дүниежүзілік экономика мен мемлекетаралық қатынастардың да қозғаушы күші ретінде танылуда.

Зерттеу әдісі баяндалған жұмыс табиғатына қарай бұған дейін жарық көрген зерттеу кітаптары болмақ. Яғни, баспа ісін, кітапты, кітап дизайнын зерттеген ғалымдар еңбегіне сүйене отырып, сапалық әдісті қолданып, бүгінгі баспа ісінің мәселелерін анықталып, сыртқы безендірілуі мен ішкі мазмұнына баға беріліп, сараланады.

Зерттеу материалдары – қазақстандық баспалардан шыққан кітаптар. Баспа, полиграфия, кітап дизайны саласындағы еңбектер.

Уақыт өткен сайын оқырман талғамы, талабы да өзгере түсті. Бүгінгі ақпараттық ғасырда негізгі құнды дүние оқырман, көрермен назары. Сол себепті де баспагерлер мен дизайнерлерден қажырлы, сапалы еңбек, креативтілік талап етіледі. Аталған мәселеге шешім табу үшін, төмендегі зерттеу сұрақтары құрылды:

1. Бүгінгі шығарылған кітаптарда қандай безендік қателіктер кездеседі?
2. Қазіргі заман талабына сай (безендік тұрғыда) кітап қандай болуы керек?

Әдебиетке шолу. Басылым шығарда бір жолдағы шартты бос орындар бірдей болуы тиіс. Әрі әртүрлі кегіл қарпімен терілген жолда кіші кегіл мәтініндегі бос орындардың жалпақтығы үлкен кегіл мәтнінен кем болуы тиіс екенін, кегілдердің арасындағы түйісте сөз аралық бос орын үлкен кегіл бойынша анықталатынын қарастырылады.

Қазіргі уақытта сан түрлі қаріптер бар. Қаріптер бірнеше санаттарға жіктеледі. Скрапбукингке қатысты кезекті бес санатты бөліп көрсету орынды: 1) керткен таңбасы бар қаріптер; 2) кесілген қаріптер; 3) қолжазба; 4) сәндік; 5) машинкамен басылған қаріптер.

Әр түрлі санаттан қаріптерді ажыратуды үйрену керек. Бұл кейін оларды қиыстыруды үйрену үшін қажет [1, 125-б.].

Полиграфияда метрикалықпен қатар полиграфиялық өлшеу жүйесі қолданылады. Полиграфиялық өлшеу жүйесі метрикалық жүйені ресми қабылдағанға дейін теру ісінің дамуы кезеңінде құрылған.

Ескі стиль – сына тәрізді қаламұшпен жазуға ұқсайды, сондай-ақ көлденең керткен таңбалар бұрышта орналасқан және қалың сызықтан жіңішке сызыққа өту орташа мәнерлікке ие, басылуы диагоналды. Бұл қаріптер алабажақ емес, сондай-ақ олар ұзын мәтінді теру үшін мінсіз, себебі бұл жағдайда оқуға ыңғайлы болады [2].

Францияда ежелден негізінде корольдік фут жатқан шаралар жүйесі болды. Фут – 12 дюйм, дюйм – 12 сызық. Пьер Симон Фурнье Париж қаріп құйғышы, типографиялық шаралар жүйесін әзірлеп, оның негізіне сызықтың алтыдан бірін – баспаханалық пунктін салды. Бұл жүйе, 1785 жылы француз баспаханашысы Фирмен Дидо енгізген аздаған түзетулермен, қазір де бүкіл әлемде дерлік қолданылады және баспаханалық немесе дидо жүйесі деп аталады.

Француз дюймі 27,077 мм-ге тең, 1/72 француз дюймі 0,376065 мм-ге немесе шамамен 0,376 мм-ге тең баспаханалық пункт (п) болып табылады.

Осы жүйенің ірірек бірліктері: 1 цицера= 12 п; 1/2 шаршы = 2 цицера немесе 24 п; 1 шаршы (ш) = 4 цицера = 48 п [3, 45-б.].

Басылымның форматы – бұл оның ені мен ұзындығы бойынша миллиметрмен өрнектелген көлемі. Кітап және журнал басылымдарының форматы кітап, журнал, брошюра блогының (немесе мұқабасы бар блоктың) үш жағынан кесілген көлемдерімен анықталады; бұл ретте бірінші көлем енін, ал екіншісі - басылымның биіктігін білдіреді. Баспалар мен полиграфиялық кәсіпорындардың тәжірибесінде басылым форматының шартты белгісі кеңінен қолданылады - баспа қағазының форматы сантиметрмен және парақтың үлесімен, мысалы, 60×90/16, мұндағы 60×90 қағаз парақтың көлемі, ал 16 - оның үлестерінің (бөліктерінің) саны. Әдетте кітап және журнал басылымдарының үлесі бетке тең. 60×90/16 форматты қағаз парағында 16 беттен бір және екінші жақтарында бар, яғни барлығы 32 беттен тұрады [4, 215-б.].

Компьютерде дайындалған материалдар көп жағдайларда, әрқайсысы баспаға берілуі тиіс көптеген файлдардан тұрады. PDF пайдалануды қоспағанда. Бұл аралас-құралас файлдар дизайнды ресімдеуде қолданылатын графикалық қосымшаның негізгі файлынан (беттеу файлынан), графикалық файлдар мен қаріптерден тұрады.

Файлдарды таратудың жалпыға ортақ әдісі оларды үш папкамен орналастыру болып табылады: басты файл, графика және қаріптер. Соңғыларында тиісті файлдарды орналастырасыз: басты папкадағы беттеу файлдары, барлық графикалық суреттер - графикасы бар папкада және барлық қаріптер - қаріптері бар папкада.

Баспа парағы – екі ұғыммен көрсетілетін баспа өнімі көлемінің өлшем бірлігі: физикалық баспа парағы және шартты баспа парағы. Физикалық баспа парағы бір жағынан басылған кітап және журнал өнімдеріне арналған стандартты форматтың (600×840-тан 840×1080 мм-ге дейін) немесе екі жағынан басылған оның жартысына арналған кез келген қағаз парағы болып табылады.

Стандартты қағаз парақтар бір-бірінен ауданы бойынша ерекшеленеді, көп жағдайда өнімнің жалпы көлемін анықтау үшін 600×900 мм қағаз парағының форматына келтірілген шартты баспа парағын пайдалануыңғайлы. Басқа форматтағы физикалық баспа парақтарын шартты парақтарға келтіру келтірілген парақтардың ауданын ескеретін коэффициент бойынша жүргізіледі. Мысалы, 600×840 мм форматы үшін аудару коэффициенті 0,93 тең, 700×900 мм үшін - 1,17, 700×1000 мм үшін - 1,30, 840×1080 мм үшін - 1,68 [5].

Графикалық қосымшалардың көп бөлігінің нұсқасы бар, бұл файлдың барлық құрамдас бөліктерін анықтауға және ортақ жасауға көмектеседі (жарияланымды линктеу). Бұл ережедегі ерекшелік файлдарды жіберу үшін PDF форматын қолдану болып табылады, сондықтан көптеген баспаханалар соны пайдаланады.

Файлдарды баспаға жіберу үшін тиісті түрде орналастыру өте маңызды. Егер PDF файлдар дұрыс әзірленген болса, баспаханаға баспаға шығару процесін басқару айтарлықтай оңайырақ. Екінші жағынан, бұл оның файлдарды түзету және грамматикалық түзету мүмкіндігін төмендетеді. Сол себепті файлдарды жібергенге дейін дайындау әдісін келісу ұсынылады [6].

Баспа үлгілеріндегі бейненің сапасын бақылау және түзету. Заманауи баспа дизайны, қаріпі және орналасуына байланысты бірқатар мәселелерге тап болады. Атап айтқанда, баспа үлгілеріндегі кескін сапасын бақылау және түзету өзекті мәселе ретінде ерекшеленеді. Олардың негізгілері:

Реттелмеген түс профильдері: әр түрлі баспа құрылғылары мен бағдарламалық жасақтама өздерінің түс профильдерін пайдаланады, бұл түстердің сәйкессіздігін тудыруы мүмкін.

Қаріпті лицензиялау сұрақтары: лицензияланбаған немесе жарамсыз қаріптерді пайдалану мәтінді көрсету және басып шығару сапасына қатысты мәселелерді тудыруы мүмкін.

Автоматтандырылғандағы орналасу: автоматты орналасу кезінде дизайн элементтерін орналастыруда бірқатар мәселелер туындауы мүмкін, бұл өз кезегінде баспа үлгісінің сапасына әсер етеді.

Мамандардың біліктілігінің болмауы: дизайн, орналасу және сапаны бақылау саласындағы тәжірибелі мамандардың жетіспеушілігі өндірістің барлық кезеңдерінде қателіктерге әкелуі ықтимал.

Макет пен соңғы өнімнің сәйкес келмеуі: сапалы макет болса да, басып шығару процесі қағаз сапасына, бояуға немесе баспа жабдықтарының өзіне қатысты бұрмаланулар тудыруы мүмкін.

Дизайнды бейімдеудің қиындықтары: баспа және цифрлық платформалардың әртүрлілігіне ескере отырып, дизайнды әртүрлі форматтарға бейімдеу кескіндердің сапасына әсер етеді. Заманауи баспа ісіндегі кескін сапасын бақылау және түзету дизайнерлердің, баспа мамандарының және басқалардың тығыз байланысын қоса алғанда, кешенді тәсілді қажет етеді. Тек осылай ғана үнемі өзгеріп отыратын технологиялық ландшафт пен нарықтың жоғары талаптары жағдайында түпкілікті өнімнің жоғары сапасына кепілдік беруге болады.

Дайын баспа үлгісі сапаға қойылатын келесі жалпы талаптарды қанағаттандыруы тиіс:

- Үлгі қорғаныш коллоидының жұқа қабатымен жабылуы және ешқандай механикалық зақымдануы болмауы тиіс;
- Бір жиынтықтың баспа үлгілері (көп бояулы баспа үшін) бірдей қалыңдықта болуы тиіс (0,01 мм ауытқуына жол беріледі);
- Үлгідегі бейне көлемдерін дәл сақтай отырып, макетке қатаң сәйкестікте орналасуы тиіс;
- Үлгіде бояуларды біріктіру, бүктеу, кесу және керітпелеу үшін қажетті барлық айқастар мен белгілер болуы тиіс (өнімнің түріне байланысты);
- Баспа үлгісінің бос орынды элементтері таза, дақсыз, іспексіз және басқа да ақаусыз болуы тиіс, үлгінің сыртқы жағы да таза болуы тиіс;
- Жетекті айқастырмалардан тыс жедел бақылау шкаласы орналасуы тиіс.

Үлгіні жұмыс үстелінде немесе арнайы тексеру құрылғысында түзетеді. Барлық ақауларды түзетуші қарындашпен немесе түзетуші сұйықтықпен суланған қылқаламмен жояды.

Шағын учаскелерді түзету үшін немесе бейнеге жақын жұқа түзеткіш қарындаш ұсынылады. Түзеткіш құрал суретке таралмауы үшін түзетуді тек құрғақ пластинада жүргізу керек.

Түзету енгізгеннен кейін баспа үлгісін бірден жуу секциясына орналастырып, оны процессорда қайта өңдейді, содан кейін гуммирлеу және кептіру жүргізеді [7, 58-б.].

Кітап графикасының әртүрлі құралдары бар: типтік, сәндік, тақырыптық. Олардың барлығы мұқабаларды және тысты мұқабаларды безендіруде кеңінен қолданылады яғни 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 мұқаба, тысты мұқаба мен ішкі суреттерге арналған әртүрлі шешімдерді жіктеу пайдалы [8]. Бұл көп жағдайда бірнеше гетерогенді дизайн элементтерінің мұқаба, суперқаптама бүйірлерінде бірдей қолданылуымен күрделі, мәселен, қаріптің жанында ою-өрнек немесе кітап графикасының әртүрлі құралдары бар: типтік, сәндік, тақырыптық. Олардың барлығы тысты мұқабаларды 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 мұқаба, тысты мұқаба мен ішкі суреттерге арналған әртүрлі шешімдерді жіктеу пайдалы [9].

Қаріп көп жағдайда символ не эмблемамен және тағы басқаларымен бірге жүреді. Сол себепті де композиция құрылымындағы басты элемент бөлігін енгізу принципіне

бағытталған дизайнерлік техниканы жіктелетін болады. 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 әрқашан 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 [10]. Бұған, 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.

Чоң [11] зерттеуші әріптестерімен оқырмандардың электронды кітапты қабылдауына, электронды кітап безендірілуіне қоятын талаптарын зерттеген. Сол зерттеу нәтижесінде көптеген оқырмандар құрылымы қарапайым, оқырманға іздегенін тез табуға ыңғайлы, визуалды көркем, таза, үлкен шрифтті, шрифт түсі қағаз түсінен айқындалып тұратын минимализм стиліндегі кітаптарды оқығысы келетінін анықтаған. Визуалды кітаптардың артықшылығы мен кемшілік тұсын зерттеген Ландони [12] мен оның әріптестері оқырмандардың өте зейінді қабылдағанын, сонымен қатар, олардың визуалды кітаптың мультимедиялық мүмкіндігін барынша пайдаланғанын байқаған.

Зерттеу нәтижесі және анализ. Кітап безені әрдайым идеяларды, жасырын ойды оқырманға жеткізуші болып табылады. Сондықтан дизайнер оқырманға кітаппен байланыс жасау тәжірибесін жеткізу үшін оларды түсінуге тырысуы керек [13]. Әдеттегі ассоциациялардың есебінен кейбір түстерге символдық сипат беруге болады. Бұл, мысалы, кей елде сары – сатқындық белгісі. Сондықтан Ұлы Француз революциясы туралы кітаптың мұқабасын сары түсті фонда қара жазумен бояу үлкен қателік болар еді. Дегенмен, Жеделов [14] өз зерттеуінде сары түсті жарнама саласында сәтті түстер қатарына енгізген. Зерттеушінің айтуынша жарнамада сәтті түстер қатарында сары түстен бөлек, жасыл және қызыл түсте бар. Осы түстегі өнімдер басқа түске қарағанда 60% артық сатылады.

Кейде мұқабаның түс схемасы кітаптың тақырыбымен ұсынылады. Мысалы, «Алтын күз» немесе «Жасыл бақ» кітабын қандай түстермен безендіру керек екенін елестету қиын емес [15]. Түрлі-түсті дизайн – бұл кітаптың мазмұнын ашудың бір ғана әдісі. Әдебиеттің белгілі бір спецификасы дұрыс сарапталып, қарастырылмаса, қате түспен безендірілген өнімге әкелуі мүмкін [16]. Дизайнерге түрлі-түсті композицияға ұмтылудың қажеті жоқ. Шынайы шеберлік шектеулі құралдармен, түстердің минималды мөлшерімен қажетті эффектте қол жеткізуге негізделген. Кескіндемеде жақсы нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік беретін көп түстілік графикада әрдайым оң бағалана бермейді. Графиканың мүмкіндіктері кең, түстер саны аз үйлесімді және толық композиция жасауға мүмкіндік береді. Түстердің ықшам пайдаланылуы дизайнердің жоғары шеберлігін айғақтайды [17].

Дизайнды бағалаудағы субъективтіліктің жоғары деңгейі тапсырыс берушілер мен орындаушылар арасындағы келісімде қиындық туғызады. Қол жетімді қаріптердің саны көп болғанымен, олардың көпшілігі басып шығару үшін оңтайландырылмаған. Ал, қаріптерді лицензиялау құқықтық және қаржылық қиындықтарды тудыратын мәселелердің орталығында тұр.

Техникалық шарттарға сәйкес жалпы библиографиялық шығару мәліметтерінде басылымға сипаттама беріледі. Бұл деректерде автордың аты-жөні, шығарманың аты, оны түсіндіріп, толықтыратын мәліметтер, бұл шығарманың теріліп, басылып шыққан

қаласының аты, жылы, баспаның аты көрсетіледі. Кітаптың аты мен мұқабасы қандай болса, шығару мәліметінде де тура солай болуы керек, шығару мәліметтері әдетте, басылымның соңында беріледі. Бірақ қажет деп тапса оны басқа орындарға да орналастыруға болады.

Шығару мәліметтеріне ЭОЖ (УДК), КБЖ (ББК) және авторлық белгі индексі де кіреді. Ғылыми-техникалық баспа шығарған басылымда ол жоғары оң жақ бұрышқа қойылады. Кітап саудасының индексі ISBN беріледі. Бұл баспаның тақырыптық жоспарындағы позицияның нөмірі мен сол жоспардың басылып шыққан жылын қосып, беттің төменгі сол жақ бұрышына орналастырылады.

Көпшілік кітапханаға арналып шығарылатын басылымдардың мұқабаның екінші бетіне корпустық кегльді (10 кегль) қалың қаріппен теріліп шығарманың *кітапханалық шифры* беріледі. Ондай шифр кітапханалық жіктеме бойынша белгіленген индекстен және авторлық кесте негізінде тағайындалған авторлық белгіден құралады.

Баспалық-тіркеп шығару мәліметтері негізінен шығарманың соңғы бетінің ең аяғында беріледі және олардың берілуі әр басылымда әр түрлі болып келеді.

Тұтас алғанда қай басылым түрінде болмасын баспалық тіркеп шығару мәліметтерінде кітаптың аты, оның қай тілде екені авторлар ұжымының, құрастырушының, аудармашы мен редактордың толық жазылған тегі, өз аты мен әкесінің аты, сондай-ақ шығарма редакторы мен жауапты шығарушының, суретші редактор мен техникалық редактордың және корректордың аты-жөндері көрсетіледі.

Баспалық тіркеп, шығару мәліметтерінде жоғарыда аталған мәліметтерге қоса түпнұсқаның өндіріске теруге тапсырылған күні, айы, жылы, басуға қол қойылған мерзімі, қағаздың көлемі мен өлшемі (мысалы, 60 x 90/16, 70 x 108/32); қағаздың сорты мен нөмірі; басылымның шартты баспа табақпен, есептік-баспалық табақпен көрсетілген көлемі, таралымы, баспаның аты мен мекен-жайы, баспахана тапсырының нөмірі, баспаханың аты мен мекен-жайы, кітаптың бағасы жазылады.

Техникалық суреттер, чертеж, диаграмма, техникалық және құжаттық фото берілген басылымда суретшінің, фотографтың аты-жөні берілмейді [18].



1-сурет. Кәмшат Бекжігітованың
«Ойыңды өзгертіп, өміріңді өзгерт» кітабы

Мәселен, психолог Кәмшат Бекжігітованың «Ойыңды өзгертіп, өміріңді өзгерт» кітабының (1-сурет) мұқабасына ашық күңгірт түс пайдаланған. Бірақ, дизайн жағынан ұтымсыз шыққан. Себебі, стандартты ойлауға негізделген: адам миының орнына

механикалық сағаттың ішкі жағы бейнеленген иллюстрация. Тек қосымша детальдар қосылған. Шығармашылық қиялға шектеу қойылғандай. Оның үстіне бас әріптестермен жазылған тақырып сәл тұрпайылау көрінеді. Оқырман ретінде жылы қабылдау қиын. Күлгін түс, соған жақын түстер палитрасына кенеттен сарғыш түс қосылғанда да оқырманды өзінен алыстатады. Бұл түстер бір-біріне үйлеспейді.



2-сурет. Серікбай Ораздың «Тәпсір тұнығы» кітабы

Ал, келесі мысал (2 сурет) бұл кітаптың мұқабасында еш иллюстрация болмаған соң, бірден назарыңа ілінбейді. Қою қызыл түс (күрең қызыл) бірден назар аудартар, бірақ, қазіргі оқырманның сұранысын ескерсек, дүкен сөресінде тұрғанда тұтынушының көзі креативті түрде безендірілген кітапқа көз салары анық. Тақырыбын ашатын иллюстрация, сурет қолданғанда әлдеқайда тартымды болар еді. Тақырыбы қысқа-нұсқалығымен ұтымды. Таңдалған қаріп нұсқасы да салмақ қосып түр әрі көзге жылы көрінеді. Дегенмен, безендірілуі оқырманға эмоция сыйлап тұрған жоқ.

Жоғарыдағы екі кітапты талдап, кітап безенін зерттеушілердің нұсқаулығын ескере келе, авторлар бүгінгі оқырман талабына, кітап стандартына сай кітап безені үлгісін ұсынады.



3-сурет. «Баспа ісі саласындағы графикалық бағдарламалардың негізгі функциялары мен принциптері»

«Баспа ісі саласындағы графикалық бағдарламалардың негізгі функциялары мен принциптері» (3-сурет) кітапшасының дизайнын жасауда ең бірінші басты назарда оқырманның қабылдауы болды. Оқырманға эмоционалды әсер ету, оқырманды кітаппен «таныстыру», оған белгілі бір көңіл күй қалыптастыруға аса мән берілді. Сол себепті, кітапша мұқабасы тартымды болу үшін қолданылатын түстер мен қаріптер таңдалды. Мұқабасына көз тартарлықтай қою түстер пайдаланылып, тұтынушылар қызығып алатындай етіп шығарылды.

Негізгі түс ретінде қою күлгін түсті таңдалды. Бұл түстің жұмбақ, сыр бүгіп жатқандай бір мистикалық қасиеті бар. Қызыл түс пен көк түстің қосындысы. Көзді демалдырады, көпшілікке ұнайды әрі назарды бірден аудартады. Суық түстердің қатарына жатса да, көпшілік ерекше жылы қабылдайды. Мұқабаның иллюстрациясы да кітап атауына байланысты таңдалды. Тақырыпты аша түсу үшін, графикалық бағдарламалар жайлы айтылатыны бірден ұғынықты болу үшін осы иллюстрациялар қолданылды. Бұл жерде де күлгін түске жақын түстер бар. Сонымен қатар қаріптер, лампа, қалам, компьютер, ұялы телефон пайдалану арқылы баспа графикасын жасарда шығармашылық тұрғыда келуді білдіретінін жеткізуді көздеген. Бұл жасалған кітап дизайнында жаңашылдық, әдемілік бар. Таңдалған түстерде де, иллюстрацияда да, қаріп нұсқасы да оқырман талабына сай.

Қорытынды. Қазіргі технологиялық мүмкіндіктер мен баспа ісінің өркендеуі, дамуы болашақтың еншісінде. Дегенмен, кітап басу ісіндегі, безеніндегі артықшылық пен кемшіл тұстарын талдап, қазіргі ахуалын бағамдап, ғылыми негіздемесін, бағасын беру – осы зерттеу жұмысының міндеті. Хаслам [19] атап өткендей, цифрлы технология кітап жазуды, безеніне, шығарылуында, сатылымында түбегейлі өзгеріс әкелгенімен, оның орнын басып, жоқ қылып жібермеді. Сондықтан, оқырман талғамын зерттеу, кітап ісіндегі, безеніндегі жаңашылдықты бақылап, оны отандық өнімге бейімдеу, дәстүрлі кітап ісіне өзгеріс енгізу – заман талабы.

Жоғарыда айтылғандай кітап безені, таңдалған қаріпіне қойылатын талап кітаптың ішкі мазмұнынан кем болмауы қажет. Өйткені, зерттеу нәтижесіне сай, көркем дизайнның мәтінмен синтезі оқырманға тәрбиелік, танымдық, эмоцияналдық және эстетикалық әсер етудің басты факторы саналады.

Кітап безенінің табиғатын зерттеудің бұл тәсілі оны бірнеше кезең тұрғысынан зерттеуді қамтиды. Кітап дизайны адамның әлеуметтік белсенділігінің жемісі, мәдениетінің жетістігі, әлеуметтік тәжірибенің әмбебап құралы. Бұл анықтаманы кітап ісіндегі ауқымды ғылыми бағыт – кітаптану ғылымы көрсетеді.

Кескін сапасын бақылау және түзету жоғары біліктілікті, сондай-ақ заманауи технологиялар мен стандарттарды қолдануды талап етеді. Жоғарыда аталған мәселелерді сәтті шешу үшін баспагерлер инновацияларды енгізуі, өз қызметкерлерінің біліктілігін арттыруы, дизайнерлермен, баспаханалармен және нарықтың басқа қатысушыларымен белсенді өзара байланысуы қажет. Сондай-ақ, аудиторияны сапалы және өзекті өніммен қамтамасыз етуге тырысып, оның қажеттіліктері мен қалауларының өзгеруін ескеруі қажет. Қорытындылай келе, барлық өзгерістер мен қиындықтарға қарамастан, заманауи баспа ісі өзінің өзектілігі мен маңыздылығын сақтай бермек.

Әдебиеттер тізімі

1. Барышников Г.М. Шрифты. Разработка и использование - Москва: ЭКОМ, 2007. - 291 с.
2. Козлова Е.Б. Технология допечатных процессов: учеб.пособие - Москва: Изд-во МГУП, 2009. - 202 с.
3. Дрейер М. Допечатные процессы. Начала электронных допечатных технологий во флексографии: пер. с нем. - Москва: Изд-во МГУП, 2000. - 71 с.
4. Полянский Н.Н., Карташева О.А., Надирова Е.Б. Преимущества цифровых технологий формных процессов. Технология формных процессов. Учебник. - Москва: МГУП, 2007. - 366 с.

5. Надирова Е.Б. Цифровые технологии в формных процессах глубокой и флексографской печати: Учеб. пособие. - Москва.: Изд-во МГУП, 2006. - 72 с.
6. Шульмейстер М.В. Ручной набор. Москва: Книги, 2007. - 463 с.
7. Калининченко Е.Д., Кошербаева А.О., Сулейжан А.Е., Кусаинова А.И. Баспа үлгілерін жасау технологиясы. – Нұр-Сұлтан: Кәсіпқор, 2019. – 141 б.
8. Әбдиева Р.С. Қазіргі баспа ісі: оқу құралы. - Алматы: Қазақ университеті, 2013. - 134 б.
9. Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing. – Canada: Agio, 2010. - P. 29.
10. Гончарова Н.А. Композиция и архитектура книги. – Москва, 1977 - 63 с.
11. Chong P. F., Lim Y. P., Ling S. W. E-book design preferences: A case study // 2008 International Symposium on Information Technology. – IEEE, 2008. – Vol. 1. – P. 1-8.
12. Landoni M., Wilson R., Gibb F. From the visual book to the web book: The importance of design // The Electronic Library, 2000. – pp. 407-419.
13. Tachie-Menson A., Opoku-Asare N. A., Essel H. B. Teaching and learning of drawing for book design and illustration: A study of higher education in publishing // Global Journal of Human-Social Science: Arts & Humanities–Psychology. – 2015. - p.18
14. Жеделов К. О., Калиева А. Ш. Орау-тыстау-қаптау дизайнын дамытудағы графикалық дизайн ерекшеліктері // ҚазҰУ Хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2020. – № 1 (55). 129-138 б.
15. Richard H. About book design. – New Haven: Yale University Press, 1998. – P. 210
16. Lan Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design. Hartley and Marks, 1991. - P. 26
17. Wilson R., Landoni M., Gibb F. A user-centred approach to e-book design // The Electronic Library, 2002. № 4 (20), pp. 322-330. – URL: <https://doi.org/10.1108/02640470210438865> (Accessed: 12.10.2022).
18. Құрманбаева А. Ә. Баспа өнімдерін дайындау технологиясы: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. - 126 б.
19. Haslam A. Book design. – Laurence King Publishing, 2006. – P. 256

References

1. Baryshnikov G. M. Shrift. Razrabotka i ispolzovanie [Fonts. Development and use] (ECOM, Moscow, 2007, 291 p.). [in Russian]
2. Tehnologiya dopechatnyh prosesov: ucheb. posobie [Technology of pre-press processes: textbook] (Publishing House of the MSUP, Moscow, 2009, 202 p.). [in Russian]
3. Dreyer M. Dopechatnye prosesy. Nachala elektronnyh dopechatnyh tehnologi vo fleksografii [Positive processes. The beginning of electronic technologies in flexography] (Publishing House of the MSUP, Moscow, 2000, 71 p.). [in Russian]
4. Polyansky N. N., Kartasheva O. A., Nadirova E. B. Preimushhestva cifrovyyh tehnologi formnyh prosesov. Tehnologiya formnyh prosesov [Preliminary technological processes. Technology of formative processes]. Textbook (Publishing House of the MSUP, Moscow, 2007, 366 p.). [in Russian]
5. Nadirova E.B. Sifrovyye tehnologii v formnyh prosesah glubokoi i fleksografskoi pechati [Digital technologies in plate processes of gravure and flexographic printing] (Publishing House of the MSUP, Moscow, 2007, 366 p.). [in Russian]
6. Shulmeister M.V. Ruchnoi nabor [Manual dialing] («Knigi», Moscow, 2007, 463 p.). [in Russian]
7. Kalinichenko E. D., Kosherbaeva A. O., Suleyghan A. E., Kusainova A. I. Baspa ulgilerin zhasau tehnologiasy [Technology of creating printed models] («Kasipkor», Nur-Sultan, 2019, 141 p.). [in Kazakh]
8. Abdieva R. S. Kazirgi baspa isi [Modern publishing] (Kazakh University, Almaty, 2013, 134 p.) [in Kazakh]
9. Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing (Agio, Canada 2010, 29 p.).
10. Goncharova N.A. Kompozisia i arhitektonika knigi [Composition and architectonics of the book] (Moscow, 1977, 63 p.). [in Russian]
11. Chong P. F., Lim Y. P., Ling S. W. E-book design preferences: A case study, 2008 International Symposium on Information Technology (IEEE, 2008, p.1- 8).
12. Landoni M., Wilson R., Gibb F. From the visual book to the web book: The importance of design, The Electronic Library, 407-419 (2000).
13. Tachie-Menson A., Opoku-Asare N. A., Essel H. B. Teaching and learning of drawing for book design and illustration: A study of higher education in publishing, Global Journal of Human-Social Science: Arts & Humanities–Psychology, 18 (2015).

14. Zhedelov K. O., Kalieva A. Sh. Orau-tystau-kaptaу dizainyn damytudagy grafikalyk dizain erekshelikteri [Features graphic design in the development of packaging design], KazUU Habarshysy. Zhurnalistika serijasy [Bulletin KazNU. Series journalism], 1 (55), 129-138 (2020). [in Kazakh]
15. Richard H. About book design. (Yale University Press, New Haven, 1998, p. 210).
16. Lan Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design (Hartley and Marks, 1991, p. 26).
17. Wilson R., Landoni M., Gibb F. A user-centred approach to e-book design //The Electronic Library, 2002. № 4 (20), pp. 322-330. <https://doi.org/10.1108/02640470210438865>
18. Kurmanbaeva A.A. Baspa onimderin dayyndau technologiasy [Production technology of printed products] (Kazakh universiteti, Almaty, 2017, 126 p.). [in Kazakh]
19. Haslam A. Book design (Laurence King Publishing, 2006, P. 256).

Ж. Болатова¹, А. Сарсенбаева¹, Д.М. Кулкенoв¹, А. Сламгажы²

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²Astana IT University, Казахстан, Астана, Казахстан

Проблемы современного издательского дела: дизайн, шрифт и верстка

Аннотация. Стремительное развитие информационных технологий и компьютерной техники привело к большим изменениям в сфере издательского дела. На сегодняшний день издательская отрасль перешла с прежнего формового станка на современную автоматизированную систему. Отечественные издательства начали широко внедрять инновации в области компьютерных технологий в течение последних 10-15 лет. Тот факт, что печатная графика стала интегрироваться в процессы обучения как часть компьютерных технологий, означает, что общество уделяло особое внимание науке и образованию, а от него – искусству письма.

В соответствии с различными историко-социальными изменениями в обществе печатная графика, адаптированная к нескольким вариантам письма и опирающаяся на фонематический принцип от написания букв до их выражения, попала в его рамки.

Внешнее оформление книги зависит от внутреннего содержания. Тем не менее, поскольку первая книга, которая бросается в глаза, — это обложка, к дизайну книги нельзя относиться меньше, чем к внутреннему содержанию. Несмотря на то, что отечественная индустрия дизайна значительно изучена, почти нет работ, связанных с книжным дизайном и шрифтом. Это свидетельство повышает актуальность исследования.

Для более глубокого раскрытия темы был использован метод качественного исследования. Проведен качественный сравнительный анализ их продукции с привлечением к объекту исследования трех печатных работ, активно действующих на издательском рынке.

В результате данного исследования выявлены основные элементы книжного дизайна – использование рисунка и цвета и их зависимость от стиля формальных свойств основных графических элементов. Были продемонстрированы новые модели использования рисунка и цвета в книжном дизайне с использованием методов компьютерной графики. В книжном оформлении отмечались не только профессионализм и знания издательской сферы, но и необходимость овладения специалистом психологией цвета, дизайна.

Ключевые слова: издательское дело, книжный дизайн, шрифт, современная издательская индустрия, издательская графика, качество изображения, книжный маркетинг, полиграфия.

Zh. Bolatova¹, A. Sarsenbayeva¹, D.M. Kulkenov¹, A. Slamgazy²

¹Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

²Astana IT University, Kazakhstan, Astana

Problems of modern publishing: design, font and layout

Abstract. The rapid development of Information Technology and computer technology has led to a huge change in the publishing industry. Today's publishing industry has moved from a former mold machine to a modern automated system. In the last 10-15 years, domestic publishing houses have begun

to use new computer technologies and search for them. The very fact that printed graphics began to be included in educational processes as part of computer technology means that society paid special attention to science and education, and from it the art of writing.

In response to various historical and social changes, printed graphics have taken over the circle, adapting to various writing options and relying on the phonemic principle, from letter spelling to expression. The book's decoration is determined by its internal content. However, because the first book's cover catches the eye, the design of the book cannot be as important as the internal content. Despite extensive research in the field of domestic design, there are almost no works related to book design and font. This fact adds to the study's importance.

For a deeper disclosure of the topic, a qualitative research method was used. A qualitative comparative analysis of their products was carried out, taking as the object of study three printed works actively operating in the publishing market.

As a result of this study, the main elements of book design were created – by use of drawing and colors, and their dependence on the style of the shape properties of the main graphic elements. Using computer graphic methods, new examples of the use of drawing and colors in book design were demonstrated. In book design, there was a need not only to have professional skills and knowledge of the publishing industry, but also to master the psychology of color and design by a specialist.

Keywords: publishing, book design, font, modern publishing industry, printing graphics, image quality, book marketing, printing.

Авторлар туралы мәлімет:

Болатова Ж.Б. – «Баспа менеджменті және типографика» мамандығының 2-ші курс магистранты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Сарсенбаева Ә. – «Баспа менеджменті және типографика» мамандығының 2-ші курс магистранты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Кулькенов Д.М. – «Баспа менеджменті және типографика» мамандығының магистрі, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Слэмгажы А. – PhD., Креативті индустрия мектебінің ассистент профессоры, Astana IT University, Астана, Қазақстан.

Bolatova Zh.B. – Master student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Sarsenbayeva A. – Master student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Kulkenov D.M. – Master student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Slamgazhy A. – PhD, Assistant Professor, School of Creative Industry, Astana IT University, Astana, Kazakhstan.