

УДК 655.4(083.94)  
DOI: 10.32403/978-966-322-528-9-2021-169-176

Уладзімір Куліковіч, Ганна Рачыцкая

### **ВЫДАВЕЦКІ ПРАЕКТ «СЛАЎНАЯ КАМПАНІЯ: РЭАЊМАЦЫЯ»: АСНОЎНЫЯ ЭТАПЫ ПАДРЫХТОЎКІ І РЭАЛІЗАЦЫІ**

*Артыкул прысвечаны апісанню асноўных рэдактарскіх і ды-  
зайнерскіх аспектаў падрыхтоўкі да выпуску выдавецкага пра-  
екта «Слаўная кампанія: рэАЊМАцыя», прысвечанага дзеячам  
беларускай культуры ХІХ стагоддзя. Разгледжаны функцыяналь-  
нае прызначэнне, чытацкі адрас і актуальнасць зборніка. Прапа-  
наваны рэкамендацыі па стварэнні дызайну вокладкі, вектарных  
партрэтаў, вёрсткі будучага выдання. Акрэслены алгарытм ра-  
боты рэдактара па рэкламе і прасоўванні выдавецкага праекта.*

***Ключавыя словы:** выдавецкі праект, дызайн, вёрстка,  
шмуктытул, вокладка, рэклама выдання.*

Uladzimir Kulikovich, Hanna Rachytskaya

### **PUBLISHING PROJECT «SLAUNAIA COMPANY: REANIMATION»: MAIN STAGES OF PREPARATION AND IMPLEMENTATION**

*The article is devoted to the description of the main editorial and  
design aspects of the preparation for the publication of the publishing  
project «Glorious Company: ReANIMAtion», dedicated to the figures of  
the Belarusian culture of the XIX century. The functional purpose, the  
reader's address and the relevance of the collection are considered.  
Recommendations for creating the cover design, vector portraits, and  
layout of the future edition are offered. The algorithm of the editor's  
work on advertising and promotion of the publishing project is outlined.*

**Key words:** *publishing project, design, layout, shmutstytul, cover, advertising of the publication.*

У XXI стагоддзі назоўнік *праект* і ўтвораны ад яго прыметнік *праектны* ў спалучэнні з іншымі словамі сталі шырока выкарыстоўвацца ў якасці тэрмінаў не толькі ў адукацыйнай сферы, але і выдавецкім асяроддзі, кнігазнаўстве: «праект выдання», «праектная дзейнасць», «навучальны праект», «выдавецкі праект» і г. д. Як адзначае М. Ганава, у кнігавыдавецкай практыцы паняцце «праект» разумеецца па-рознаму. Адно называюць так падрыхтоўку і выпуск любога выдання, іншыя лічаць, што гэты тэрмін дарэчы ўжываць у дачыненні да выпуску выдання, заснаванага на праектным менеджменце. Для трэціх выдавецкі праект — гэта «матэрыяльнае ўвасабленне аўтарскай і рэдактарскай задумы у выдавецка-паліграфічнай форме. Яго стварэнне падзяляецца на пяць этапаў: з’яўленне ідэі, планаванне, узгадненне, непасрэднае выкананне, завяршэнне праекта і яго прэзентацыя» [1].

Услед за М. Ганавай пад выдавецкім праектам мы будзем разумець «спосаб арганізацыі выдавецкага рэпертуару і рэдакцыйна-выдавецкага працэсу, які забяспечвае падрыхтоўку, выпуск і рэалізацыю любога выдання» [2, с. 3].

Задача артыкула — разгледзець рэдактарскія і дызайнерскія аспекты стварэння і прасоўванні выдавецкага праекта «Слаўная кампанія: рэANIMAцыя».

Матэрыялам для рэалізацыі праекта паслужылі творы, прысвечаныя дзеячам беларускай культуры XIX стагоддзя.

Ідэя па распрацоўцы ўзнікла падчас правядзення ў 2019 г. рэдакцыйнай часопіса «Маладосць» сумесна з кафедрай тэарэтычнага і славянскага літаратуразнаўства філфака Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта (БДУ) пры інфармацыйнай падтрымцы Нацыянальнага інстытута адукацыі II тура конкурса біяграфічных твораў «Слаўная кампанія: рэANIMAцыя», прысвечаных беларускім пісьменнікам

XIX ст. Па выніках гэтага конкурсу было вырашана апублікаваць зборнік лепшых твораў і такім чынам распачаць рэалізацыю аднайменнага выдавецкага праекта, які ажыццяўляецца на кафедры рэдакцыйна-выдавецкіх тэхналогій (РВТ) Беларускага дзяржаўнага тэхналагічнага ўніверсітэта (БДТУ).

*Патрабаванні* да твораў былі наступныя: жанр — дакументальна-мастацкі, аб'ём — ад 40 да 80 тысяч знакаў (з прабеламі), форма — свабодная (эсэ, жыцце, літаратурная біяграфія, белетрызаваны біяграфічны нарыс, эпістлярная публіцыстыка, літаратурны партрэт, псеўдааўтабіяграфія, стылізаваныя мемуары, гістарычная аповесць і інш.), з арыентацыяй на займальнасць і чытацкія густы патэнцыяльнай адраснай аўдыторыі (вучні старшых класаў, студэнты і ўсе, хто цікавіцца гісторыяй роднай літаратуры).

*Функцыянальнае прызначэнне* — пазнаёміць з малавядомымі старонкамі і асноўнымі этапамі жыцця і дзейнасці знакавых беларускіх пісьменнікаў перыяду адраджэння беларускай мовы і культуры.

*Актуальнасць* зборніка абумоўлена двума асноўнымі прычынамі. Па-першае, творчасць многіх аўтараў, пра якіх распавядаецца ў біяграфічных творах, прадстаўлена для вывучэння ў школьнай праграме (Я. Баршчэўскі, В. Дунін-Марцінкевіч, Ф. Багушэвіч, Я. Чачот). Па-другое, чытачы ва ўзросце ад 16 да 25 гадоў, як правіла, знаходзяцца ў пошуку сябе і свайго месца ў жыцці. Паказаныя ў аповесцях героі могуць служыць своеасаблівымі прыкладамі для пераймання, бо вучаць любові да сваёй айчыны, імкнуцца да справядлівасці, супрацьстаяць злу, шануюць родную мову і культуру, гатовы ахвяраваць сабой дзеля росквіту роднай старонкі.

*Дызайн і вёрстка.* Галоўнай мэтай падчас распрацоўкі дызайна і вёрсткі кнігі было імкненне стварыць цікавае і запамінальнае афармленне, якое прыцягнула б увагу мэтавай аўдыторыі і выклікала жаданне прачытаць змешчаныя

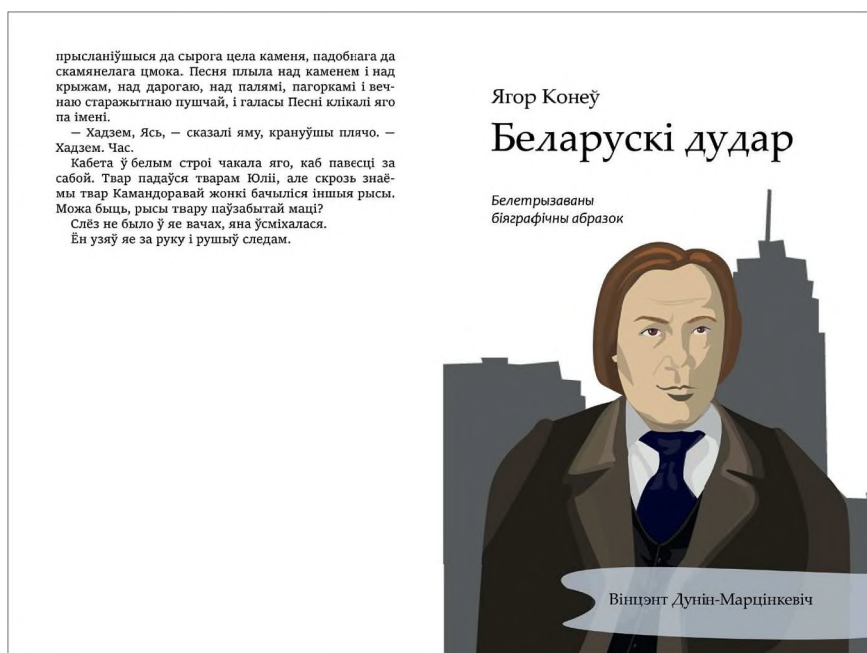
ў ім апавяданні ад пачатку і да канца. У выніку фармат кнігі «Слаўная кампанія: рэАНІМАцыя» — 84 × 108/32. Ён з’яўляецца стандартным і падыходзіць для выданняў з доўгім тэрмінам выкарыстання. Такімі кнігамі зручна карыстацца, яны не займаюць шмат месца на кніжнай паліцы і маюць аптымальны фармат паласы набору, што спрыяе лепшай лёгкачытэльнасці.

Вокладка, дзе малюнак выконвае ролю дапаўнення, а не асновы кампазіцыі, дае чытачу прыкладнае ўяўленне, пра што кніга, настройвае на чытанне. Пры яе распрацоўцы ўлічваўся змест і мэтавая аўдыторыя. Выкарыстоўвалася праграма Adobe Photoshop CS6. Каб звязаць вокладку з назваю, у праграме Adobe Illustrator былі створаны аб’яднаныя сілуэты пісьменнікаў, чые партрэты былі выкарыстаныя пры вёрстцы выдання. З аб’яднанага сілуэта, абмежаванага трохвугольнікам, выходзіць стрэлка, накіраваная на слова «рэАНІМАцыя». Выкарыстанне падобнай накіравальнай надае кампазіцыі адчуванне дынамічнасці (мал. 1).



Мал. 1. Вокладка выдання

Галоўнымі элементамі афармлення вёрсткі сталі шмуцтытулы (мал. 2) і застаўкі. У шмуцтытуле прымяняюцца тыя ж шрыфты, а загатоўкі часцей за ўсё размяшчаюцца ў цэнтры паласы. У выданні шмуцтытулы з'яўляюцца каляровымі, утрымліваюць вектарны партрэт пісьменніка, якому прысвечаны твор, і назву апавядання, аповесці ці эсэ.



Мал. 2. Разварот са шмуцтытулам

Вектарныя партрэты былі створаны з дапамогай праграмы Adobe Illustrator. За аснову браліся фотаздымкі або малюнкi пісьменнікаў, якія захаваліся да нашых часоў. Асноўнымі інструментамі былі: «Пяро», «Крывізна», а таксама геаметрычныя фігуры «Прастакутнік» і «Эліпс». Праца з колерам ажыццяўлялася з дапамогай інструмента «Піпетка».

Маляванне вектарнага партрэта адбывалася ў некалькі этапаў:

1. Маляванне контураў. З дапамогай інструментаў «Пяро» і «Крывізна» вымалёўваліся контуры асоб, адзення і валасоў.

2. Падбор колераў. З дапамогай інструмента «Піпетка» вызначалася асноўная колеравая гама кожнага партрэта: колер скуры, касцюмаў, вачэй, валасоў. Калі па фотаздымку пісьменніка немагчыма сказаць, якога колеру ў яго вочы ці валасы, ілюстратар выкарыстоўваў тэкст рукапісу, каб малянак супадаў з апісаннем у тэксце.

3. Афарбоўка колерамі. Кожная дэталёвая частка на партрэце мае свой асноўны колер, які займае вялікую плошчу. Патрабаванне было адно: колеры павінны спалучацца адзін з адным.

4. Маляванне ценяў і выдаленне контураў. Пасля таго, як асноўная частка партрэта зафарбавана, дадаюцца цені на твары, валасах і адзенні. Вызначаецца, адкуль можа падаць святло, пасля маляюцца цені пад вачамі, падбародкам, носам, у складках адзення, каб надаць постаці аб'ём. Часам у вектарныя ілюстрацыі дадаваўся контур, аднак пры маляванні партрэтаў для большай рэалістычнасці контур быў выдалены.

5. Дабаўленне дробных дэталёў. Заключны крок — стварэнне дробных дэталёў: гузікаў і ценяў на іх, блікаў і адценняў ў вачах, вейкаў, прамалёўка броваў.

У якасці фону для партрэтаў былі выкарыстаны сілуэты будынкаў, яны ж выкарыстоўваліся для ўпрыгожвання спуска паласы ў пачатку кожнага твора.

У зборніку кожны твор пачынаецца са спускавой паласы і застаўкі на ёй. Стандартны памер спуску —  $\frac{1}{4}$  паласы, лічыцца ад верху паласы да першага радка тэксту і ўключае застаўкі і загаловкі. Ва ўсім выданні спускі павінны быць аднолькавымі, аднак дапускаецца апусціць або падняць уверх спуск на некалькі міліметраў, калі ад гэтага залежыць правільнасць вёрсткі асноўнага тэксту.

Застаўка — выява, што ўпрыгожвае спускавую паласу. Як правіла, застаўкі могуць служыць ілюстрацыямі да наступных глаў і твораў. Аднак у праектаваным выданні застаўка звязаная з афармленнем шмуцтытула, бо сілуэт будынка на шмуцтытуле паўтараецца на спускавой паласе ў выглядзе перавернутага фігуры.

Прасоўванне. З мэтай папулярызавання і прасоўвання выдання рэдактарам праекта неабходна было вывучыць магчымасці інтэрнэт-прасторы, даследаваць спецыфіку беларускага радыё і тэлебачання, прааналізаваць планы Міністэрства адукацыі і Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь па папулярызаванні чытання ў краіне.

У першую чаргу дзеля рэкламавання праекта плануецца выкарыстоўваць сацыяльныя сеткі (Вконтакте, Facebook, Instagram, Твітэр, Аднакласнікі) і сайты, на якіх асвятляўся конкурс. Гэта Нацыянальны адукацыйны партал ([adu.by](http://adu.by)), сайт Саюза пісьменнікаў Беларусі ([oo-spb.by](http://oo-spb.by)), сайт Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь ([mininform.gov.by](http://mininform.gov.by)), сайт філалагічнага факультэта БДУ ([philology.bsu.by](http://philology.bsu.by)), сайт Дзяржаўнага музея гісторыі беларускай літаратуры ([bellitmuseum.by](http://bellitmuseum.by)), Сугучча ([sozvuchie.by](http://sozvuchie.by)), а таксама сайт кафедры рэдакцыйна-выдавецкіх тэхналогій ([rit.belstu.by](http://rit.belstu.by)).

Затым будуць праведзены спецыяльныя мерапрыемствы для зацікаўленых асоб: сустрэчы з аўтарамі, стваральнікамі праекта. Такія прэзентацыі будуць арганізаваны ў бібліятэках, школах, універсітэтах не толькі Мінска.

Пасля гэтага мяркуецца, што выданне будзе прадстаўлена на выстаўках, прысвечаных беларускім пісьменнікам, на Мінскай міжнароднай кніжнай выставе-кірмашы, на традыцыйным Дні беларускага пісьменства (верасень 2021 года), на кніжных сайтах (напрыклад, Livelib).

Абавязковым этапам прасоўвання стане ўдзел аўтараў і стваральнікаў кнігі ў адмысловых літаратурных перадачах на Беларускам радыё і тэлебачанні: «Радыёфакт», «Радыёблог», «Такі дзень» і іншыя.

Арганізатары конкурсу і стваральнікі выдавецкага праекта спадзяюцца, што падрыхтаванае выданне стане першым ў серыі кніг, прысвечаных нацыянальным постацям Беларусі, будзе спрыяць фарміраванню нацыянальнай свядомасці, патрыятызму і любові да роднага слова.

### **СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ**

1. Издательский проект в системе бизнес-планирования. URL: [https://studopedia.su/11\\_1824\\_izdatelskiy-proekt-v-sisteme-biznes-planirovaniya.html](https://studopedia.su/11_1824_izdatelskiy-proekt-v-sisteme-biznes-planirovaniya.html).
2. Ганова М. Е. Издательский проект в современном отечественном книгоиздании: типология, особенности моделирования: автореф. ... дисс. канд. филол. наук: 05.25.03 / Москов. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. М., 2015. 29 с.