

## Как оформлять книги



Борис Трофимов – российский графический дизайнер, руководитель авторской мастерской в Институте бизнеса и дизайна, оформитель десятков книг, обладатель множества наград в области графического дизайна, почётный член «Ассоциации дизайнеров-графиков» Буэнос-Айреса (Аргентина) и Международной ассоциации «Brno Biennale» (Чехия).

## О своей профессии

Благодаря моей профессии, мир, в котором я живу, всё время меняется. Работа над дизайном книги меня всегда увлекает и затягивает. Она постоянно требует узнавать больше и больше, открывает такие миры, о которых раньше ничего не знал. Например, когда я оформлял книгу для Банка России, мне пришлось изучить историю российских денег от появления первых монет в конце 10 века до основания в 18 веке монетного двора в Санкт-Петербурге. И так всегда: то работа над «Словом о полку Игореве»<sup>1</sup>, то над альбомом современных художников...

## О начале работы над оформлением книги

Книга как встреча с незнакомым человеком. Это закрытая история, которую понимаешь только тогда, когда погружаешься в неё постепенно. Всё приходит изнутри материала. Не бывает так, что ты сразу видишь, как будет выглядеть книга. Её оформление можно придумать лишь в процессе работы, когда ты уже понял замысел автора и то, что ему удалось, что не удалось. Именно от этого зависит подбор элементов оформления книги.

## О процессе работы над оформлением книги

Если в макете книги уже есть иллюстрации, то сначала изучаешь, как они выглядят и что поясняют. Следующая стадия – это работа с текстом. Смотришь на поля, отступы, прикидываешь, как текст и картинки соотносятся в масштабе. Потом приступаешь к размещению текста на странице, обдумываешь, в каком месте лучше расположить картинки. В процессе этой работы иногда появляются идеи, и ты начинаешь советовать автору (если это кто-то живой, а не Достоевский): «А может, сюда сноску надо? А не хочешь здесь изменить текст, подобрать цитату или добавить эпиграф? Давай подумаем вместе».

<sup>1</sup> «Слово о полку Игореве» – выдающееся произведение древнерусской литературы (12 в.).

## Об обложках и шрифтах

Графический дизайнер старается передать посыл книги, а читатель должен его понять и расшифровать – так происходит визуальная коммуникация<sup>1</sup>. Если обложка оформлена удачно, то она обязательно привлечёт внимание читателя. У него появится желание прочитать книгу.

В процессе работы не менее важно правильно выбрать шрифт. Он должен сочетаться с характером произведения и помогать восприятию текста. В современной книге буквы на строке могут стоять друг к другу очень близко, могут подталкивать друг друга или даже сталкиваться, создавая тем самым очень разное настроение: от беззаботности и спокойствия до волнения и страха. Шрифт может пульсировать, двигаться, бежать – совсем как на экране или в городской рекламе.

Недавно мне посчастливилось оформлять поэтическую серию «Новая классика». В ней представлено творчество очень разных поэтов. Чтобы подчеркнуть их индивидуальность, я решил разместить на обложке некоторые стихи и набрать их разными шрифтами, созвучными с размером стихов, с самим мастером. Например, для книги Анатолия Наймана хорошо подошёл классический шрифт с изысканными чёткими линиями. На обложку я вынес лишь часть фраз, но они так выразительны, что хочется открыть книгу и начать её читать.

## О том, как должна выглядеть современная книга

Книга – единый организм. Её дизайн тщательно продумывается специалистами.

Я работал над двухтомником Юрия Роста. Молодое поколение не знает этого замечательного человека, художника, фотографа и писателя. Мне хотелось сделать книгу современной, чтобы на неё обратила внимание молодёжная аудитория. Я решил использовать крупный шрифт и яркий цвет. Книга называется «Рэгтайм»<sup>2</sup>. В неё включены старые недатированные тексты, они много раз дописывались и менялись. Время, которое в них существует, в каком-то смысле разорвано. Поэтому название книги на обложке делится на две половины, которые вместе составляют единое целое.

## О художниках и читателях

В книге должен быть некий порядок, и это очень важно. Опытные дизайнеры чаще всего умеют его организовать. Главное – не потерять ясность в погоне за эффектным оформлением.

Читатель – человек свободный. Он может просто идти по своим делам и даже не думать о покупке книги. Заглянув из любопытства в книжный магазин, он вяло рассматривает то, что там продаётся. И вдруг что-то его останавливает. Взгляд цепляется за обложку книги, и человек берёт её в руки, открывает. От страницы к странице он движется, подчиняясь тому порядку, который организовал дизайнер. Это и есть та ситуация, когда работает визуальная коммуникация, включающая в себя и цвет, и форму, и шрифт.

*(По материалам проекта «Arzamas»)*

<sup>1</sup> Визуальная коммуникация – это передача человеку информации, воспринимаемой зрительно.

<sup>2</sup> Рэгтайм – англ. *ragtime*, от *rag* – обрывок и *time* – время.