

## МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*С.И. Громова (Россия, Самара)  
Научный руководитель Т.Ю. Денцова*

### ЖАНРЫ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ИЗДАТЕЛЬСКОМ БИЗНЕСЕ

*Данная статья ориентирована на исследование соответствия читательских запросов в современном обществе и продукцией, которую предлагает издательство. Для анализа этого сегмента книжного рынка и развития издательского бизнеса было взято издательство «Текст».*

**Ключевые слова:** *Издательское дело, жанры, художественная литература, издательство.*

Актуальность исследования определяется тем, что для успешного планирования репертуара современного издательства необходимо понимать особенности современного литературно-издательского процесса и востребованность различных жанров литературы у читателей. Понятие жанр в данной статье будет включать в себя не только тип литературы по признаку содержания и эмоциональной характеристики (детектив, любовный роман), но и по особенностям построения (рассказ, эссе, роман-эпопея).

Понятие «жанр художественной литературы» определяется на основании принадлежности произведения к определенному литературному роду, объема произведения и способа построения художественного образа. К жанрам художественной литературы относят героическую поэму, роман, рассказ; оду, элегию, стихотворение, песню; трагедию, комедию, драму. Существует более детальная классификация, основанная на особенностях тематики произведения. Например, различают такие жанры романа, как бытовой роман, психологический роман и т.п. Жанры постоянно развиваются, дополняются новыми вариантами. Современную художественную литературу можно разделить на несколько крупных видов: классика, мейнстрим, интеллектуальная проза, жанровая литература. Различают также миддл-литературу, намеренно адаптированную на массового читателя; маргинальную литературу, альтернативную, в которой отражена иная система ценностей, чем в обществе. Однако эти течения нельзя отнести к доминирующему типу в издательском портфеле.

Издательский репертуар формируется в соответствии с уровнем развития общества, что является средним показателем уровня культуры общества.

Крупные издательства ориентируются на массового читателя. Постараемся выявить соответствия между запросом общества и средним количеством тиражей и наименований книг, выпускаемых издательствами.

Для начала следует проанализировать потребности современного читателя. В 2016 году Институт общественного мнения «Анкетолог» проводил опрос на тему литературных предпочтений россиян, в котором участвовали 452 респондента в возрасте от 18 до 57 лет из 8 федеральных округов РФ [2]. Среди опрошенных 76% женщин и 24% мужчин. По результатам опроса, основные причины взять в руки книгу – это получение удовольствия от процесса чтения (70%), общая заинтересованность (60%), повышение уровня эрудированности и расширение кругозора (58%), повышение личного уровня культуры (51%) и способ проведения досуга (48%). Также чтение, по мнению респондентов, является хорошей возможностью отвлечься от проблем (29%) и «убить» время (7%). Такие причины справедливы именно по отношению к художественной литературе. Основной функцией литературы оказывается развлекательная. Стоит отметить, что у одного человека может быть целый ряд причин, по которым он берет за книгу. Любимыми жанрами оказались детектив и роман (исторический и приключенческий, психологический и фантастический), также участники опроса оказались равнодушны к научно-популярной литературе, а также к произведениям небольшого объема: повестям и рассказам.

Данные опроса можно подвергать сомнению, так как ряд представленных позиций довольно разнороден: непосредственно жанры (детектив, фольклор) соседствуют с классификацией книг по назначению (учебная, научная, художественная).

По данным другого опроса, проведенным издательством «Манн, Иванов, Фербер» совместно с порталом «Леди Mail.Ru», нельзя однозначно назвать один любимый жанр опрашиваемых, поскольку голоса были разделены примерно поровну между очень многими жанрами. Среди лидеров оказались: фэнтези и фантастика (17,3%), классика зарубежной литературы (15,1%), детективы (14,7%), русская классика (13,3%) и современная проза (12,4%). А вот наименее популярными стали следующие: поэзия и драматургия (0,5%), книги по воспитанию (0,5%), кулинарные книги (0,5%), книги о здоровье (0,5%) и сказки (0,5%). В опросе принимали участие более 20000 человек, однако по названию портала сделаем вывод, что большая часть респондентов – женщины.

Для анализа возьмем опыт издательства «Текст». Это московское книжное издательство, основанное в 1988 году группой авторов московского семинара писателей-фантастов. В настоящее время специализируется на публикации неизвестных российскому читателю произведений мировых классиков и работ современных авторов, получивших известность в Европе и США, но до сих пор не переведенных на русский язык. Публикует также современную русскую прозу. Издательство «Текст» не входит в 20 крупных издательств России ни по количеству наименований, ни по объемам тиража. По данным

отраслевого отчета «Книжный рынок России. Состояние, тенденции перспективы развития», подготовленного Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, издательство «Текст» за 2015 год выпустило 33 наименований книг общим тиражом 94,5 тысяч экземпляров [1, с.15].

Всего «Текст» издает 19 серий, три из которых ориентированы на детей и подростков («Детская книга», «Литература для детей и юношества» и «Кешет и Радуга»), три серии художественно-публицистической литературы («Краткий курс», «Чейсовская коллекция», «Искусство»), одна серия включает в себя исключительно те произведения, которые ранее не выпускались в России («Первый ряд»). Также стоит отметить серию, которая состоит из специфически оформленных произведений в стиле «билингва» (с параллельным текстом). Эссе, мемуары и поэзия знаменитых людей (режиссеров, художников) вошли в серию «Коллекция».

За 2016 год издательство выпустило 39 наименований общим тиражом 100500 экземпляров. 33 из них переводные, 6 вышли на языке оригинала, 28 произведений уже издавались ранее (серии «Классика» и «Билингва»), 10 печатались впервые, 1 книга вышла с дополнениями к издаваемому ранее произведению (из серии «Ильфиада»).

Самые крупные тиражи оказались у детских книг. Следует отметить книги Марселя Эме «Сказки кота Мурлыки: красная книга», «Сказки кота Мурлыки: синяя книга» (4000 экз.), сборник Марка Твена «Том Сойер и Гек Финн: все приключения в одной книге» (5000 экз.), сборник мемуаров, рассказов и очерков И.Ильфа и Е.Петрова «Одноэтажная Америка. Письма из Америки» (5000 экз.). Самыми маленькими тиражами печатались стихотворения Блеза Сандрара (малоизвестного российскому читателю поэта) (1500 экз.), а также произведения, издаваемые впервые: рассказы Эллы Венгеровой «Мемуарески» (1000 экз.), «Узнавать других. Антропология и проблемы современности» – научно-популярное исследование Клода Леви-Стросса (1500 экз.).

Издатель не рискует, выпуская еще не пробившихся в широкой известности писателей большими тиражами. Именно новые произведения издательство выпускает минимальным тиражом.

Небольшие по объему произведения (рассказы, сказки, сценарии, стихотворения) печатаются наравне с произведениями больших объемов.

За год больше всего пополнились серии «Билингва», «Классика», продолжает выпускаться «Ильфиада», в создании которой участвует дочь Ильи Ильфа – А. И. Ильф.

Таким образом, книжный репертуар издательства «Текст» вполне соответствует запросам современного читателя: выпускается серия детективов, исторических романов, регулярно пополняется издательский репертуар классикой. Классика издается в нескольких сериях: «Билингва», «Классика», «Квадрат». Уделяется внимание как объемным, так и карманным изданиям. Помимо художественной литературы, «Текст» печатает публицистическую литературу в сфере культурологии и искусства.

## Литература

1. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В.В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016. 86 с.

*М.В. Лукиенко (Россия, Самара)  
Научный руководитель Е.В. Шокова*

### РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА И ДОПЕЧАТНАЯ ПОДГОТОВКА ЭТИКЕТОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

*Рассмотрены вопросы разработки дизайна этикетки на основе фирменного стиля и технология допечатного этапа производства этикеточной продукции. Определены показатели эффективности дизайна этикетки и допечатной подготовки с учетом требований и особенностей принятой на предприятии технологии печати и отделки продукции.*

*Ключевые слова:* дизайн, фирменный стиль, макет, допечатная подготовка.

В наши дни, когда стеллажи торговых центров практически завалены различной продукцией, разработка дизайна этикетки стала очень важным составляющим этапом в продвижении продукта на рынке. Известно, что в большинстве случаев при покупке товара покупатели ориентируются в основном только по этикеткам на продукции.

Хорошая этикетка должна отвечать нескольким условиям:

- сообщать покупателям всю важную и необходимую информацию о продукте,
- быть эстетически привлекательной,
- выделяться на фоне товаров конкурентов.

Разработка дизайна этикеток ведется на основе следующих данных:

размеры и форма упаковки;  
основные данные о продукте;  
информация о целевой аудитории.

Как правило, композиция этикетки включает в себя следующие элементы:

- название товара;
  - логотип фирмы-производителя;
  - декоративные элементы;
2. информационный и рекламный текст;
  3. дата выпуска товара;
  4. штрих-код;
  5. специальные элементы, защищающие от подделок.