

УДК 655.512.1:655.3.066.11(084.1)

Александр Иванович Кунин

Российская государственная библиотека для молодёжи, руководитель Центра рисованных историй и изображений, Россия, Москва, e-mail: kunin@rgub.ru

Специфика работы редактора при подготовке изданий комиксов

Аннотация. Рассмотрены аспекты работы редактора, связанные с технологией производства и редакционно-издательской подготовкой комикса, а также наиболее распространённые в современной практике подходы, применяемые в российском книгоиздании.

Ключевые слова: комикс; рисованная история; выпускающий редактор.

Aleksandr Ivanovich Kunin

*Russian State Library for Youth, head of the Center for drawn stories and images,
Moscow, Russia, e-mail: kunin@rgub.ru*

The specifics of the editor's work in the preparation of comic books

Abstract. Aspects of the editor's work related to the technology of production and actualization of the comic book by means of publishing, as well as the most relevant concepts used in the Russian comic book publishing are considered.

Keywords: comic book; comics; graphic historical novel; commissioning editor.

Издание рисованных историй — явление сравнительно новое для российского книжного бизнеса: первые специализированные издательства возникли в 2000-х гг. Будь то американские комиксы, японская манга или оригинальные российские рисованные истории — процесс редакционно-издательской подготовки таких изданий имеет особенности, которые ранее не были свойственны отечественной практике.

В России на выпуске комиксов (или рисованных историй) специализируются издательства «Фабрика комиксов», «Истари комикс», «Бумкнига», Zangavar, XL Media, Alt-Graph, Bubble, «Белый единорог»,



А. И. Кунин

Mainstream (специальная редакция в АСТ), «Комикс Паблишер», Jellyfish Jam, «Азбука», «Фантастика Книжный клуб», Vicious Membrane, «Сокол», а также Fanzon, «Комильфо», «МИФ. Комиксы», «КомФедерация» и другие специализированные редакции издательства «Эксмо». Предлагаемые в этой статье выводы основаны на анализе деятель-

ности отечественных издательств и на личном опыте автора, полученном в результате сотрудничества в качестве выпускающего редактора в издательстве «Эксмо» (редакция Fanzon).

В XX в. эволюция процессов в области организации издания комиксов происходила синхронно в разных регионах мира. Но ввиду отсутствия единого информационного и коммуникативного пространства

в издательской сфере эти процессы обростали специфическими чертами, обусловленными коммерческими задачами и местными условиями рынка. Сегодня российские издатели, включённые в общемировой контекст, имеют возможность выбирать тот или иной подход в организации производственного процесса, исходя из соображений практической целесообразности.

Приступая к планированию репертуара, редактор должен понимать, что изображение в рисованной истории не является собственно иллюстрацией к литературному произведению. Различные виды текста в рисованной истории, а также изображения и идеограмматические конструкции являются звеньями в цепи повествования, образуя целостное художественное единство. Таким образом, авторский замысел, идея, основное содержание и тема комикса выражаются в специфически организованном визуальном ряде повествования, его композиции и в каждом отдельном элементе. Логика повествования в комиксе базируется на взаимозависимости всех его частей. Любое изображение в комиксе обретает нужное значение лишь во взаимоотношении с предыдущим и последующим изображениями, являясь своего рода продолжением одного и сюжетным основанием для другого. Подобные закономерности можно проследить и во взаимосвязях между всеми прочими составляющими комикса. Такое единство является типоформирующим признаком издания комикса.

Оценивая произведение, планируемое к изданию, редактор обращает внимание на способы построения повествования, изобразительные средства, с помощью которых автор выражает свои идеи, и на глубину отражения темы. Для этого ему необходимо обладать знаниями в области истории и теории отечественного и мирового издания рисованных историй, ориентироваться в массиве подобных изданий.

Роль редактора при подготовке изданий комиксов как за рубежом, так и в Рос-

сии связана также с пониманием актуальных маркетинговых стратегий и инструментов, необходимых для выгодного позиционирования издательского продукта на рынке, и, в первую очередь, с пониманием специфики комикса как особого вида издательской продукции. Эти обстоятельства влияют на набор основных задач, определяющих характер и структуру работы редактора над изданием комиксов. Часть из них является типичной для работы редактора: анализ целевого сегмента рынка и планирование репертуарной политики издательства; формирование штата исполнителей, определение набора их компетенций и распределение производственных ролей и обязанностей между ними; определение форм издания, переиздания и последующей актуализации репертуара издательства; планирование рабочего времени, трудозатрат и способов оценки качества выполненных работ на промежуточных этапах подготовки издания. В то же время каждый этап подготовки рисованной истории к изданию сопряжён со свойственной данному виду издания спецификой.

Особенности работы редактора на каждом этапе подготовки комикса также зависят от характера издания. Здесь можно выделить издание переводной литературы; комикс как специальный издательский проект; издание оригинального авторского комикса.

Рассмотрим, как реализуется это утверждение в каждом из предложенных вариантов.

Издание переводной литературы

Предполагается, что в данном случае результатом деятельности редактора является издание уже существующего произведения в контексте иной языковой и культурной среды.

Оптимальный штат участников процесса редакционно-издательской подготовки издания состоит из *выпускающего редактора, дизайнера-верстальщика, переводчика, литературного редактора и кор-*

ректора. В отдельных случаях к подготовке издания привлекаются: *шрифтовик*, создающий оригинальный шрифт, наиболее похожий на шрифт исходного издания (этот момент может иметь принципиальное значение, поскольку внешний вид оригинального шрифта, как правило, является смыслообразующим элементом визуального повествования); *художник обложки*, создающий оригинальное изображение для внешнего оформления проекта, которое способствует успешному продвижению издания на рынке, или адаптирующий элементы существующей обложки (перерисовывание текстовых элементов); *технический редактор*, занимающийся подготовкой макета к печати и сопровождением его в типографию; *тиарщик* или *бренд-менеджер*, контролирующий распространение информации о готовящемся издании и дальнейшее позиционирование книги на рынке. Результаты работы шрифтовика и художника обложки согласовываются с обладателем прав на переводимое издание. Обычно это фиксируется в договоре между издателем переводного издания и правообладателем исходного материала.

Задачи выпускающего редактора в данном случае типичные: планирование репертуара и анализ рентабельности планируемых изданий; рекрутинг исполнителей на всех этапах подготовки издания; контроль и оценка выполнения исполнителями производственных задач; сопровождение макета издания в типографию; участие в планировании и организации маркетинговых задач.

Работа дизайнера-верстальщика, переводчика и литературного редактора требует особых навыков и знаний.

Переводчик занимается художественным или техническим (в зависимости от вида издания и планируемого читательского адреса) переводом текстовых элементов рисованной истории (таких как тексты в бабблах — пузырях с текстами реплик персонажей — и текстовых блоках, звукоподражания). Часто, после получения верстки, переводчик участвует в осу-

ществлении сверки с оригиналом и предлагает необходимые правки по смыслу, потому что текст оригинала и текст перевода, размещённые в одном и том же визуальном контексте, могут терять или приобретать новые оттенки смысла.

Дизайнер-верстальщик, получив от выпускающего редактора текст перевода и электронную версию макета издания на языке оригинала, должен адаптировать макет под нужды нового издательского продукта. В первую очередь осуществляется ретушь — удаляются тексты из бабблов (если они не расположены на отдельном слое макета), перерисовываются отдельные визуальные элементы рисованной истории с сохранением внешних особенностей исходного изображения (перерисовка названий, логотипов, ретушь и перерисовка звукоподражаний). Затем осуществляется вёрстка текстов перевода в очищенных бабблах. Визуализация текста в бабблах, как правило, имеет особое значение: каждая строчка — это до определённой степени самостоятельная смысловая и интонационная единица. Наиболее распространённые проблемы при вёрстке текстов перевода: несовпадение объёмов текстов перевода и исходника, из-за чего литературному редактору приходится сокращать или переписывать текст перевода; невозможность точной передачи интонационной канвы исходного текста в бабблах, с точным соблюдением всех шрифтовых акцентов.

Литературный редактор сверяет страницы свёрстанного перевода со страницами оригинального комикса на предмет смыслового соответствия, сохранения авторского замысла, фактографической корректности перевода, стилового соответствия текста перевода функциям и целевому назначению будущего издания.

Набор компетенций, необходимых для участников производственного процесса, предполагает не только профессиональное владение навыками в той специальности, в рамках которой функционирует работник, но и погружённость исполнителя в специфику того или иного направления

в культуре рисованных историй. Принципиальным условием является знание правил построения визуального повествования и функционирования всех элементов произведения. Это условие имеет ключевое значение в работе любого специалиста при выполнении задач по редакционно-издательской подготовке комикса.

В работе над переводным комиксом все формы издания и переиздания книги в обязательном порядке согласовываются с обладателем прав на исходные материалы и обычно ограничены уже существующими в распоряжении правообладателя вариантами (форма и формат печатного издания, электронная и digital-версии для распространения на электронных носителях или в рамках специального программного обеспечения).

Планирование рабочего времени и трудозатрат напрямую связано с разработанной при участии выпускающего редактора маркетинговой стратегией по продвижению продукта. Как правило, подобные издания принято приурочивать к важным общественным или корпоративным событиям (выход фильма или сериала, который связан с планируемым изданием; книжный или тематический фестиваль или иное событие). Сроки на выполнение работ по всей допечатной и печатной подготовке издания отсчитываются от даты релиза, т. е. от даты первой презентации издания в рамках события, к которому оно было приурочено. Работа выпускающего редактора по оценке целесообразности включения издания в репертуар не ограничена производственными сроками, она зависит от профессиональных взглядов редактора и от уровня его вовлечённости в процессы маркетингового планирования в издательстве. Работа остальных участников производственного процесса имеет свои временные рамки, обусловленные спецификой их деятельности и количественными характеристиками поставленной задачи. Так, работа по переводу оригинального издания комикса может занимать от двух недель до одного или нескольких

месяцев; работа дизайнера-верстальщика — от одной до двух недель, работа литературного редактора — от трёх дней до одной-двух недель. Полиграфические процессы могут длиться от нескольких дней до двух недель в зависимости от тиража издания и сложности заказа.

Для оптимизации производственных процессов выпускающий редактор может начинать работу (или выполнять отдельные этапы) над разными проектами синхронно, подключая большое количество исполнителей. В среднем на подготовку одного издания переводного комикса закладывается до трёх месяцев. Дата старта редакционно-издательской подготовки проекта отсчитывается от планируемой даты релиза.

Оценка успешности издания оценивается по итогам первых продаж (спустя два-три месяца после выхода издания на рынок) и по сезонным итогам. Однако в зависимости от задач, которые были поставлены перед изданием, критерии успешности проекта могут быть связаны и с другими показателями: общественный резонанс, формирование имиджа издательства и т. п. В современных рыночных реалиях жизненный цикл издания составляет около шести месяцев. Можно выделить два актуальных периода: осенний сезон (с конца августа до конца декабря) и весенний (с января-февраля по июнь). В зависимости от успешности продаж издательство принимает решение о целесообразности издания дополнительного тиража, а также о продолжении выпуска комиксов подобного рода (по жанру, теме и т. п.).

В качестве типичной практики работы над переводными изданиями можно представить деятельность издательства Fanzon. Например, в 2018 г. в издательстве вышла книга Скотта Снайдера и Джеффа Лемира «После смерти» (256 с.). Над изданием работали выпускающий редактор, переводчик, литературный редактор, дизайнер-верстальщик, технический редактор и корректор, к продвижению издания на рынке

были подключены бренд-менеджеры издательства.

С переводными изданиями комиксов на отечественном рынке работает большинство издательств. Среди них «Фабрика комиксов», отдельные редакции «Эксмо» и пр.

Подготовка комикса как специального издательского проекта

В данном случае предполагается разработка и публикация оригинального комикса по заказу издательства. Основной состав участников редакционно-издательского процесса в этом случае меняется, другими становятся и задачи. Роль выпускающего редактора в судьбе книги становится ключевой. К его стандартным задачам добавляется формирование авторского коллектива проекта и работа с ним. Авторский коллектив должен создать оригинальный сценарий и нарисовать по нему комикс. Соответственно этот коллектив может состоять из автора сценария, художника-комиксиста и художника-колориста. Иногда функции всех этих исполнителей может выполнять один автор-комиксист.

Перед началом формирования команды исполнителей редактор составляет техническое задание для издательского проекта в контексте его целевого назначения и функциональной направленности. Это может быть общее представление о проекте с необходимыми отсылками и референсами, а может быть и заявка, с конкретизацией названия проекта, темы, с готовым синопсисом и техническим описанием основных персонажей или сюжета.

Выпускающий редактор планирует параметры будущего издания (объём, цветность, стиль рисунка, формат, тираж и т. п.), просчитывает его рентабельность, участвует в процессе позиционирования и продвижения книги на рынке.

Автор сценария комикса создаёт на основе технического задания общий сценарий проекта. После утверждения сценария автор приступает к работе с ху-

дожником, результатом которой должна стать черновая раскадровка рисованной истории и концепт-арт. Задача черновой раскадровки — определить динамику и общую драматургию повествования. Концепт-арт — это набор ключевых элементов будущей рисованной истории: внешний вид и характерные позы персонажей, типовые черты интерьеров для места действия в комиксе, различные особенности рисунка. Автор сценария самостоятельно и/или в союзе с художником продумывает и корректирует коллизии сюжета, сочиняет реплики для героев. Автор сценария участвует в работе над произведением на всех этапах его создания, а также на правах консультанта может участвовать в процессе подготовки макета издания. Работа сценариста делится между несколькими специалистами, в чьи задачи входит проработка общего сюжета, гэгов (комедии положений, юмористические и курьёзные сюжеты, не влияющие на основную канву повествования), написание реплик героев, концептуальная разработка персонажей и пр.

Художник-комиксист разрабатывает и согласовывает с выпускающим редактором и автором сценария концепт-арт будущей рисованной истории, самостоятельно или в союзе с автором сценария готовит к утверждению черновую раскадровку комикса, выполняет визуализацию рисованной истории (рисунок, обводка тушью, наложение цвета, отрисовка нарративных идеограмматических элементов и т. п.). Для оптимизации процесса подготовки проекта к работе художника-комиксиста могут быть подключены такие специалисты, как колорист, обводчик рисунка тушью, разработчик оригинального шрифта, художник обложки.

Все остальные специалисты, работающие над изданием, ключевой роли не играют. В отдельных случаях, обусловленных производственной необходимостью, могут быть привлечены литературный редактор, корректор, дизайнер-верстальщик. Дизайнер актуализирует средствами специаль-

ных компьютерных программ уже готовое произведение в виде макета издания. Эта работа может включать также подбор шрифтов, вёрстку текстовых блоков, вёрстку элементов аппарата издания, дизайн обложки и т. п.

Основные формы издания и способы последующей актуализации: выпуск отдельных глав произведения сначала в синглах (брошюры по 32–48 стр.); затем издание ряда глав, составляющих завершённый смысловой или тематический блок, в виде многостраничного издания в обложке; в перспективе возможен выпуск коллекционного издания в переплёте, в коробе, с дополнительными материалами на электронных носителях и т. п.; запуск издания как электронной книги или электронной версии издания с последующим выпуском коллекционного издания в печатном виде; организация комплексного издания, включающего помимо самого комикса и другие сопутствующие форматы: настольную игру, компьютерную игру или приложение для мобильных устройств, тематические фигурки и прочие сопутствующие товары.

Время, затрачиваемое на подготовку произведения по заказу издательства, ограничено только персональными особенностями и производственными возможностями исполнителей. Работа над сценарием может длиться от одного месяца до нескольких лет. Скорость работы художника также зависит от личности и профессиональных особенностей исполнителя. В среднем художник комикса способен подготовить за неделю от одной до пяти полос комикса по утверждённой раскладке и готовому сценарию. Скорость его работы зависит и от количества кадров, планируемых к размещению на полосе. В среднем на подготовку издания комикса по издательскому заказу следует закладывать от шести месяцев до одного года.

В случае, если оригинальное издание комикса не связано с известным литературным произведением-основой, не приурочено к медийным событиям (выходу

фильма, сериала, событию с широким освещением в СМИ и т. п.), то любые оценки рентабельности проекта будут носить характер догадок и предположений. Уровень рисков при данной издательской концепции наиболее высокий.

В рамках данного подхода на современном издательском рынке специализируются издательства «Баббл», ‘Vicious Membrane’ и отдельные мелкие издательские инициативы.

Однако не всегда издательства сами являются инициаторами подобных проектов. В качестве примера можно привести книгу Д. Двински и А. Акишина «Ахматова. 6 историй» (64 с.), которая была опубликована осенью 2019 г. в издательстве «Эксмо». Сотрудники SMART-библиотеки им. А. А. Ахматовой (Москва) разработали концепцию издания, заказали сценарии комиксов писателю Денису Двински, весной 2019 г. пригласили профессионального художника-комиксиста Аскольда Акишина. Затем с предложением об издании книги библиотека обратилась в издательство. Выпускающий редактор издательства оценил заявку и счёл её соответствующей планам и задачам своей редакции, проект был поставлен в план.

Издание авторского комикса

Цель редактора в этом случае — привлечь к сотрудничеству авторов уже готовых произведений.

Штат участников процесса подготовки издания остаётся таким же, как и при подготовке комикса как издательского проекта, но возможности выпускающего редактора влиять на процесс создания произведения сводятся к минимуму. Задачи выпускающего редактора заключаются в анализе среды авторов рисованных историй, занимающихся самопродвижением или только начинающих работать в качестве авторов-комиксистов, а также в планировании издательского оформления и позиционирования будущего издания. Для поиска подходящих кандидатов редактор оценивает существующие проекты,

опубликованные в Интернете, изданные малыми тиражами для самостоятельного распространения на тематических фестивалях и в магазинах комиксов. Также редактор оценивает заявки, поступающие от авторов непосредственно в адрес издательства. Обнаружив подходящие проекты, он выходит на связь с автором, обсуждает перспективы будущего издания и согласовывает возможные коррективы в произведении, необходимые для успешного позиционирования издания на рынке. По итогам достигнутых договоренностей автор приглашается к сотрудничеству, а его произведение ставится в издательский план.

Дизайнер-верстальщик разрабатывает дизайн-макет будущего издания и готовит его к печати. К работе над проектом также могут быть привлечены корректор и литературный редактор.

Планирование рабочего времени и трудозатрат при данной издательской стратегии не привязано ни к каким маркетинговым инструментам. Успешность проекта обычно обеспечивается уже существующей читательской аудиторией автора в социальных сетях.

На выпуске авторских рисованных историй специализируется, например, «Комикс Паблишер». План выпуска издательства составляет не более 20 изданий в год. Рассмотрим работу издательства на примере книги «За подвесками» (44 с.) Константина Дубкова, вышедшей в 2019 г. Как и все авторы этого издательства, К. Дубков не связан со штатной структурой. На общих правах он предложил уже готовую работу издателю. Со стороны издателя были подключены дизайнер-верстальщик, разработавший дизайн обложки и осуществивший подготовку макета издания к печати, а также корректор. Главный редактор издательства выступил в качестве выпускающего редактора.

Конечно, не все издательства на современном отечественном книжном рынке придерживаются строгих рамок в подходе к формированию издательского репертуара. Часто в рамках деятельности одного

издательства встречаются проекты различного типа. К примеру, в репертуаре издательств «Комильфо», «Фабрика комиксов», «Бумкнига», 'Jellifish Jam' есть как переводные издания, так и проекты отечественных авторов, а также и собственные издательские проекты. Чем крупнее доля издательства на рынке, тем более диверсифицированным становится его подход к определению своих основных маркетинговых стратегий и, как результат, издательских концепций.

Современные условия рынка требуют включения редактора и в процессы продвижения издания после его публикации. Здесь можно наблюдать типичную для современного книжного дела ситуацию. Для популяризации издательского проекта редактор опирается на возможности традиционных каналов (книжные, в том числе специализированные, магазины, тематические фестивали, библиотеки, художественные галереи) и виртуальных каналов (сайт издательства в Интернете, социальные сети, книготорговые онлайн-магазины, тематические онлайн-ресурсы).

Когда речь идёт о деятельности крупных издательств, то на этапах маркетингового планирования и продвижения издания, выбора наиболее актуальных маркетинговых инструментов редактор выступает лишь в качестве консультанта. Также в его компетенции — контроль, а иногда и подготовка используемых рекламных текстов и изображений, общение с читателями, формирование и проведение публичных мероприятий (презентаций, встреч с авторами и т. п.). В небольших издательствах весь объём работы по продвижению издания после выхода его в свет ложится на выпускающего редактора.

Можно сказать, что роль редактора в процессе подготовки издания комикса является ключевой. От его компетентности, знания рынка и умения работать с комиксом могут зависеть не только успех конкретного книжного проекта, но и перспективы издательства в целом.

Библиографический список

1. Антонова С. Г., Соловьев В. И., Ямчук К. Т. Редактирование: общий курс. М. : Университет. книга, 2013. 314 с.
2. Беловицкая А. А. Книговедение: общее книговедение. М. : МГУП, 2006. 396 с.
3. Манга в Японии и России. Вып. 2 / ред.-сост. Ю. А. Магера. М. ; Екатеринбург : Фабрика комиксов, 2018. 440 с.
4. Киселева Т. В. Герои комиксов на службе маркетинга // Изотекст : сб. материалов II конф. исследователей рисованных историй. 17–19 мая 2017 г. М. : Рос. гос. б-ка для молодежи, 2017. С. 117–129.
5. Кунин А. Комикс-индустрия: черные пятна и белые дыры // Хроники Чедрика. 2009. № 0. С. 2–7.
6. Кунин А. И. Фестивали комиксов: КомМиссия. 15 лет // Изотекст. Статьи и комиксы. М. : Рос. гос. б-ка для молодежи, 2015. С. 11–23.
7. Феррероль К. Комиксы во Франции // Изотекст. 2012–2013: статьи и комиксы / Рос. гос. б-ка для молодежи; сост. А. И. Кунин. М. : Рос. гос. б-ка для молодежи, 2013. С. 96–102.

