

СМИ две жатина по-петербургски дружеский шарж

Александр Шмаков



Белые ночи – время чудес, и в голову приходят разные неожиданные мысли. Одной такой чудесной ночью мне запала фантазия обозреть любимой мною рынок петербургских масс-медиа... в стиле ресторанной критики. Я сообщил о преследующей меня мании своему издателю и попросил избавить меня от нее. Он великодушно согласился и, снабдив меня несколькими с благодарностью выслушанными советами относительно формы изложения, напутствовал меня в добрый час.

На самом деле обозреть петербургский рынок мы с Вами, уважаемый читатель, будем не просто так, а по поводу, я бы даже сказал – с умыслом, дабы уловить общие тенденции рынка российского, почувствовать на примере питерских изданий вкус и особенности, так сказать, национальной печати. Итак, добро пожаловать в дегустационный зал!

При всем богатстве выбора...

В Питере есть хорошие издания. Но ценнее другое – гораздо больше изданий разных. На любой вкус. Почти. Газеты к утреннему кофе – нет. Разве что «Смена», но и она, к сожалению, не дотягивает до московской «Сегодня». «Пульс»? Да, интеллигентная, современная петербургская газета, к тому же выходит и в английской версии и печатается весьма прилично в соседней Финляндии (Savonlinna). Одна беда – выходит раз в месяц. Пред-

почитаете поутру воду из-под крана, тогда вам подойдут «Ведомости» – безвредный (о пользе ничего не скажу) «диетический» продукт, но все же специалисты рекомендуют установить фильтр. Если вы – человек дела и вам требуется плотный завтрак, берите московский «Коммерсант». «Деловым Петербургом» (www.dp.ru) вы явно не насытитесь.

«ДП» – газета-загадка. Созданная по скандинавской кальке и шведским же капиталом по образу и подобию Financial Times (www.ft.com), она остается газетой с привкусом некоторой неосновательности. При четкой структуре, неплохом дизайне и выстроенной системе информации производит впечатление околотделовой газеты. Впрочем, такковы, видимо, вкусы потребителя, поскольку в коммерческой состоятельности проекта сомневаться не приходится. Начав с двух выпусков в месяц, «ДП» довел периодичность до трех раз в неделю, одолел конкурентов – прекратившего свое существование «Бизнес-Шанс», практически исчезнувшее «Эхо» и др., обновил машинный парк. В то время как рынок был на пике восторгов по поводу G3 от Apple, «ДП» объявил, что газета отпраздновала избавление от последнего Macintosh и полный переход на PC.

Но мы отвлеклись. Давно пора в город. Только по дороге ни в коем случае не соглашайтесь на предложение бесплатно отведать «вкуснейший суп из волшебных бульонных кубиков Paddi». Я имею в виду бесплатные «Метро»,



«Асток», «Утро Петербурга», «Привет, Петербург» и т.п. Не перебивайте аппетит и не портите желудок! Подождите, я знаю одно местечко...

Всем сестрам по серьгам...

Здесь есть все. Вот! Писк сезона – газета народного удивления «Комар». С виду – грубое, но на деле – здоровое и даже изысканное блюдо. Выписанные тексты, замечательные карикатуры обладателя «Золотого Остапа» Виктора Богорада, кристально чистая концепция – сатирическая газета «без страха и упрека». Нет рекламы. Дизайн плохой. Им бы стилизовать газету под старую печать, в заголовки – Gals или Hermes, для основного текста – Academy. Или наоборот, Liberation, например, раздел культуры полистать...

А так почти что областные «Вести» (которым, в свою очередь, следовало бы поучиться у англоязычной классически сдержанной «The St. Petersburg Times») получают – смесь стенгазеты и доски объявлений.

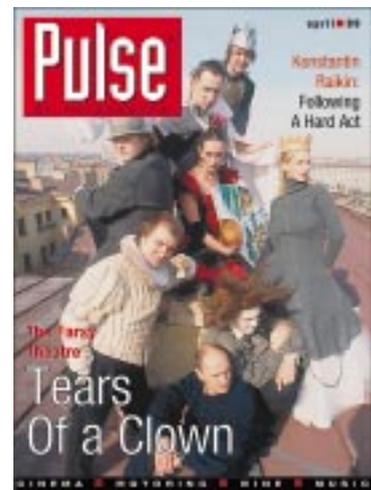
Здесь у нас – fastfood – более или менее складно скроенные по похожим лекалам собрания строчек с ценами под цветной обложкой. Пока формат оказывается живуч. Весьма неплохо живут и в ус не дуют более десятка таких изданий по разным специализациям. Самое многочисленное семейство – *.Price издательства «Атлант» (www.atlant.ru).

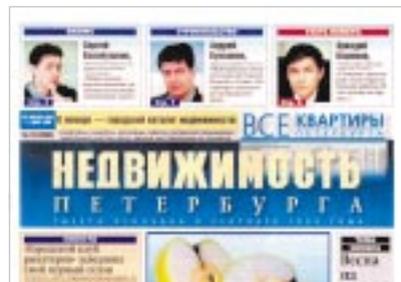
А вот пример профессионально и с любовью изготовленного продукта: музыкальный журнал Fuzz (www.fuzz.ru). Хвала отцу-основателю, вытянувшему этот проект. Вполне конкурентоспособное в своей области издание – кухня на любителя, если пользоваться принятой нами терминологией.

Среди дурноцветия дешевых изданий искать нечего. Любопытен лишь сам факт: как они умудряются так обойтись с цветом! Сходили б, что ли, на экскурсию в тот же «Шанс» (www.chance.ru). Издания этой корпорации: авто-



По необъяснимой иронии судьбы лучшими петербургскими изданиями можно назвать две англоязычные газеты (Pulse выходит также и в русской версии)





Если в первом случае (семейство бюллетеней Price) похожее оформление вызвано соображениями формата, то похожесть конкурирующих изданий сложно назвать оправданной...

журнал «Пятое колесо» и еженедельник «Реклама-Шанс», прошедшие длительную выучку печатью в Финляндии, весьма корректно работают с цветом. «Реклама-Шанс» добивается вполне приемлемых результатов в той же петербургской типографии «МДМ-печать», где печатаются многие ядовитые издания. «Шанс» известен помимо прочего тем, что в свое время издавал первую в городе «роскошную» газету – «Шанс-панорама» – на мелованной бумаге, с качественной финской печатью и «богатым» дизайном. Но... загнанных лошадей пристреливают, и, так же как и уже упоминавшийся «Бизнес-Шанс», издание было закрыто. Сейчас место «Панорамы» занимает «Петербург на Невском». Толстая глянцева газета о «парадном» Петербурге, излишне декоративная, на мой взгляд. Вы любите сладкое? А приторное?.. Мне больше нравится Pulse – живой, динамичный, воздушный и вместе с тем – очень традиционный и простой. Вдвойне обидно, что эта, возможно, лучшая газета города допускает подчас некоторые небрежности в своем оформлении.

Но скоро вечер, а мы так и не отобедали. Есть блюда с многообещающими названиями: журналы о рекламе YES и «Петербургский рекламист», которые, по логике вещей, должны служить образцом для подражания. Увы... Давно и, к сожалению, верно подмечено, что если бы мухинское училище выпускало (а не готовило) дизайне-

ров, мы давно жили бы в окружении исключительно профессиональных творений. И мы совсем забыли о напитках. Любите выдержанные вина к хорошему столу – возьмите «Под ключ», «Where St. Petersburg». Немецкие ликеры с шоколадом – пестро-женский журнал «Натали», предпочитаете «Балтику №9» без ничего – тогда вот вам «Калейдоскоп»...

«Грязные политические технологии», которыми прославился Петербург во время последних выборов, появились гораздо раньше. Не год и не два назад, и вообще не у нас. А создание двойников как средство конкурентной борьбы давно нашло широкое применение на рынке печати. Кто

лучший в городе? Может быть, «Телеман» (www.teleman.ru)? Или «Телевик»? Сам он так и заявляет: «лучший в Санкт-Петербурге еженедельный журнал. Был, есть и будет! А что делать?!» Сам себя не похвалишь... Знаете, сколько их – «лучших»: «Teleweek», «Телеман», «Петербургский Телевик», «Teleweekend». Близнецы, только прически разные. Или было, например, две газеты: «Недвижимость Петербурга» и «Современное строительство». По ряду причин первая превратилась в «Недвижимость и строительство Петербурга», но и старый брэнд недолго находился в реанимации. И теперь на рынке новая загадка для



Вот два примера того, как делать не надо: Первый – последняя страница журнала «Телеман». Насколько хорош этот «лучший в городе», как он сам себя называет, вы можете оценить сами. Второй – обложка издания для рекламистов, уже на первой полосе демонстрирующего весьма сомнительную композицию; внутренности – немногим лучше...

потребителя – найди десять отличий?.. «Панораме TV» давно дизайн менять надо, «Интербизнесу» – главного редактора (шутка), стране – президента. Если кого забыл, не обессудьте. Пишите, можно будет вернуться к теме...

Так и не подкрепившись, движемся дальше. Типографий (ротационных), где можно прилично печатать цвет, в Санкт-Петербурге три: «МДМ-печать», «Девиз» и «Карелия-принт» (Выборг). И три препресс-лидера: «Амос», «Голланд», «Русская коллекция». О листовой печати – разговор отдельный. И здесь следует упомянуть каталог «Кто есть кто в полиграфии Санкт-Петербурга» – во всех отношениях замечательная идея. Каждый рекламодатель сам оформляет свой блок, типографии сами печатают свои листы, демонстрируя свои возможности, поставщики бумаги вкладывают образцы бумаги и т.д. Каждому предоставлена возможность показать товар лицом. Но тройку лидеров листовой печати и так можно определить без труда (да простят меня сторонники непредвзятых решений): «Петербургская образцовая типография» с QuickMaster'ом и парком Heidelberg'ов, «Светоч» (то же, но без QuickMaster), «Правда» – «Лимбус-пресс» (Heidelberg+ManRoland). Далее – по желанию: «Полиграфический центр», «Белл» и т.д. – одним словом, кому что нравится. Но по понятным причинам те издания, у которых достаточно денег, уходят в Финляндию, в тот же ScanWeb, AlPrint и пр. А жаль.

Вроде не бездельники... или Некоторые особенности национальной печати

Дочитавшие до этого места могут спросить – в чем же причины столь безрадостной картины? Можно было бы назвать одну причину – плохие дороги. От езды по плохим дорогам теряются многие вещи, ну, и т.д. Что-то похожее некогда отметил Гоголь и творчески переосмыс-

лил (www.design.ru/kovodstvo/19.html) Артемий Лебедев. К чему это приводит, мы наблюдаем ежедневно. Если говорить кратко... Итого. Особенности в алфавитном порядке. Первая из них такова, что не позволяет нашим издателям понять, что они собственно издают. В большинстве изданий отсутствует элементарная логическая структура, не говоря уже о ее графическом выражении. В результате они выглядят как сборник цитат из сумасшедшего дома. Вторая особенность: потрясающая самоуверенность и нежелание знать, что и как



должно делаться. Плюс постоянное желание каждый день изобретать велосипед заново. Третья: небрежение. Всем и вся. Провинциальность и отсутствие графической культуры. Варварское обращение со шрифтами. Неумелое и неумное использование эффектов. Смешные попытки сделать остромодный дизайн, не избавляя от архаичных штампов, вносят дополнительный беспорядок и в без того невнятный язык. Все видят каждую неделю примеры удачных решений: «Власть», «Итоги», «Деньги», «Огонек». Без последствий. Попытки снять копии с западных образцов, как правило, не бывают успешными. Хотя в Петербурге и была достойная попытка сделать

Test Your Design IQ

Design brilliance, like intelligence, is difficult to measure. Standards are slippery, and some of the brightest lights in the business have proved that a formal education is not a prerequisite for success. Yet it's almost impossible to avoid picking up a string or two on the path to mastery. Care to test your acumen?

приличный городской журнал – «Мир Петербурга»...

Что делать? Если серьезно, я знаю только один способ: как можно больше смотрите, сравнивайте, анализируйте, учитесь (не стыдно признать, что ты чего-то не знаешь).

Примеры удачного дизайна настолько редки, что не только не нарушают общую безрадостную картину, а лишь усиливают ощущение неизбыточной скуки, которое возникает при взгляде на груды дурно покрашенной макулатуры, выдаваемой ее издателями за полноценную печатную продукцию. При ближайшем рассмотрении большинство Санкт-Петербургских изданий вызывают такое впечатление, что тем, кто их делает, впору снова отправляться за парту или пересчитывать учебники по композиции...

Можете начать с написанной русским языком книги Дмитрия Кирсанова «Веб.дизайн» (www.kirsanov.com/web.design). Всем, кто пытается заниматься дизайном, категорически рекомендую пройти тест www.critiquemag.com/Magazine/curiosity/IQtest/index.html.

Всех секретарш, которые консультируют по вопросам дизайна и лепят в Corel'е модули, посылайте туда же. Прошли? Пройдите! Плохо с английским? Выучите.

Далее для тех, кто прошел: вам, господа, мне сказать нечего. Помолчим?.. О горячо любимом нами Санкт-Петербургском рынке печатных масс-медиа. **А**