### Оглавление

### Введение

### Глава 1 Маркетинговая концепция современного издательского дела

### 1.2 Анализ рынка

### 1.3 Подбор авторов, заключение издательского договора

### 1.4 Контроль над написанием произведения

### Глава 2 Современные технологии подготовки и выпуска изданий

### 2.1. Общие положения

### 2.2 Виды авторских оригиналов

### 2.3 Методика оценки авторского оригинала

### 2.4 Роль редактора на подготовительном этапе издательского процесса

### Заключение

### Расчет себестоимости, определение номинала, отпускной цены и рентабельности на примере энциклопедического издания: «Дипломатия греха»

### Список использованной литературы

### Введение

Работа автора и редактора над авторским оригиналом при подготовке к изданию – длительный процесс. От организации этой работы зависят придание рукописи логической стройности, исключение или значительное сокращение различных переделок и исправлений, ускорение сроков выпуска издания.

За последние два десятилетия число организаций, получивших право на введение издательской деятельности на территории Российской Федерации, значительно увеличилось – примерно до 20 тысяч. Это обстоятельство повлекло за собой приход в издательства, редакции журналов, редакционные отделы людей в самых разных профессий, не имеющих отношения к редакционно-издательскому процессу. Они не имеют профессиональных знаний, опыта издательской работы. Поэтому проблема подготовки специалистов этого направления весьма насыщена.

В энциклопедическом словаре «Книга» (Большая российская энциклопедия, 1998) профессия редактора определяется так: «*Редактор* – литературный работник, специалист, профессионально занимающийся редактированием». Собственно редактирование – то, чем единственно занимается этот литературный работник, тут же, в энциклопедическом словаре, определяется следующим образом:

1. Род профессиональной деятельности;
2. Составная часть издательского процесса, содержанием которого является творческая работа над рукописью;
3. Приведением содержания и формы любого документа в соответствие с общественными и специально установленными требованиями и нормами.

Современные редактор – это специалист книжного дела, от которого требуется уметь проектировать и конструировать книгу, быть непосредственным исполнителем, организатором и руководителем ее создания и распространения. В своей деятельности редактор пользуется подходами, обусловленными спецификой современного редакционно-редакторского процесса и включающими определенные принципы, метод и способы действия. Необходимое условие успешной работы, творческое осуществление своих функций, основанное на профессиональных знаниях сущности, структуры и механизма издательского дела и редактирования. Действительно работа редактора над авторским произведением всегда занимала и впредь должна заниматься важное место в технологии электронной книги. Но книга – это не только литературное произведение, это комплекс элементов, в котором произведение является одним из составляющих, хотя и самым важным.

*Редакционно-издательский процесс* – это уникальная информационно–технологическая система, в рамках которой осуществляется продуцирование и общественная оценка социальной информацию. Он обладает своей логикой развития, и его основой служат факторы, определяющие формы, методы, характер и содержание операций и действий. Главным действующим лицом, ведущей фигурой этого процесса является редактор.

Цель редакционно-издательского процесса – создать, выпустить, включить в информационно-коммуникативный оборот книгу и обеспечить потребителя нужной его книгой. Она определяет, как нужно построить, организовать, обеспечить и провести редакционно-издательский процесс, чтобы книга отвечала всем предъявляемым к ней требованиям, чтобы она удовлетворяла социальные и индивидуальные читательские потребности.

Данная темя является актуальной, так как подготовительный этап издательского процесса играет важную роль во всей дальнейшей работе редактора над изданием. Актуальность темы определяется также политическим, научным, социально-экономическим, культурным и воспитательным значением произведения. Однако такая общая трактовка понятия «актуальность» таит в себе возможность не всегда верного понимания вопроса, потому, что масштабы культурного, экономического или научного значения проблемы далеко не всегда так ясны, как может показаться на первый взгляд.

В дипломной работе подробно рассматривается подготовительный этап издательского процесса. Дипломная работа стоится на: учебниках, учебных пособий, научных изданий и материалов интернета.

### ГЛАВА 1. МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОЦЕССА

###

### 1.1 Анализ рынка

Переход России к рыночным отношениям сместил приоритеты в целях, средствах и методах работы предприятий, организаций, фирм различной формы собственности и ведомственной принадлежности. Сегодня потребитель выдвигает новые требования к книге как товару, к ее качеству, полиграфическому исполнению, цене и тем самым создает предпосылки для создания книжного рынка. В результате все больше возрастает роль конкуренции между реализаторами книжной продукции, борьбы за потребителя. Это заставляет работников книжной торговли изучать методы продвижения книжной продукции, потенциальных потребителей и запросы рынка, что осуществляется в рамках книжного маркетинга.

Книжный маркетинг рассматривается как система организации всей деятельности книготоргового предприятия по сбыту товаров и предоставлению услуг на основе комплексного изучения книжного рынка, а также реальных и потенциальных запросов покупателей с целью расширения деятельности предприятия, обретения финансовой стабильности и получения прибыли.

Оптимизация работы книготоргового предприятия предполагает необходимость управления его маркетинговой деятельностью, которое базируется на изучении книжного рынка, его сегментации, планировании, а также разработке комплекса маркетинга с учетом его особенностей.[[1]](#footnote-1) Если маркетинговые исследования в крупных книготорговых предприятиях ведутся и их опыт изложен на страницах специальной печати, то вопросы управления маркетинговой деятельностью остаются малоразработанными, как в теории, так и в практике книготорговых предприятий.

Отдельным вопросам книжного маркетинга, таким как:

1. Структура книжной продукции;
2. Полиграфия;
3. Ценообразование в книжном деле;
4. Конъюнктура книжного рынка;
5. Маркетинг учебной литературы;
6. Организация маркетинга в издательском деле.

Поскольку сегментация книжного рынка является составной частью управления маркетинговой деятельностью в книготорговых предприятиях, нами для изучения этого вопроса использовались труды отечественных и зарубежных специалистов в области книжного дела и книжного маркетинга:

Э. Бейверсток, А.А. Васькина, А.Э. Майсурадзе, В.И. Перлова, Р.Г. Саразетдинова, А.Н. Федотова, Т.И. Фроловой, Н.Д. Эриашвили и т.д.

Однако публикаций по проблемам формирования рынка книготорговой продукции значительно меньше и практически нет по вопросам управления маркетинговой деятельностью в книготорговых предприятиях, что объясняется отставанием сферы книгораспространение от других отраслей в условиях экономических преобразований.

Отсутствуют обобщающие теоретические и практические исследования, раскрывающие особенности формирования рынка книжной продукции, что существенно сдерживает использование различных форм и методов сегментации книжного рынка книготорговыми предприятиями, и, соответственно, приводит к их низкой конкурентоспособности.[[2]](#footnote-2)

*Конкурентоспособность* – это способность продукта или фирмы удовлетворять конкретную потребность по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке; она определяет способность объекта выдерживать конкуренцию с аналогичными объектами на данном рынке.

В связи с эволюцией маркетинга и наличием большого количества подходов к маркетинговой деятельности в литературе сосуществуют различные его трактовки. Выдвинуто около 2000 определений, каждое из которых рассматривает ту или иную сторону маркетинга или делает попытку его комплексной характеристики.

Например, маркетинг как рыночная концепция управления предприятия и формулирования определения следующим образом: маркетинг – это целостная концепция управленческой деятельности фирмы, которая характеризуется единой системой принципов, целей и функций и обеспечивает создание, производство и сбыт товаров, отвечающих существующему и особенно потенциальному спросу конкретных потребителей. Это определение тоже не идеально, так как в нем недостаточно внимания уделяется изучению спроса и конкуренции предприятия.[[3]](#footnote-3)

Под маркетингом он понимает такую систему внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет спроса и требований рынка для более обоснованной ориентации производственной деятельности предприятий на выпуск и реализацию конкурентоспособных видов продукции в заранее установленных объемах и отвечающих определенным технико-экономическим характеристикам. При этом рассчитывается – что реализация намеченной ассортиментной структуры может обеспечить предприятию получение наиболее высоких прибылей или прочное положение на рынке.

Это определение кажется нам более корректным, поскольку включает в себя практически все аспекты маркетинговой деятельности на предприятиях, и, что важно, затрагивает управленческий аспект.

Этими примерами, конечно же, понятие маркетинга не исчерпывается. Оно изменяется постоянно по мере развития общества, производства и приобретает специфические черты в зависимости от отрасли и направления деятельности предприятия. Тем не менее, специалисты маркетологи уверены, что философия маркетинга предельно проста: нужно выпускать на рынок только ту продукцию, которая пользуется спросом и нужна в настоящий момент потребителю, от реализации, которой производитель получит гарантированную прибыль. Именно это является законом рынка, а значит, на это должна быть нацелена маркетинговая деятельность предприятий.[[4]](#footnote-4)

Таким образом, *маркетинг* – это система управления, направленная на изучение спроса и предложения, конкурентной среды, на увеличение прибыли предприятия, на изучения рынка. Именно к такому комплексному понятию маркетинга пришли в результате работы.[[5]](#footnote-5)

Маркетинг как система управления и прикладная наука универсален, он приемлем во всех отраслях национального хозяйства и по отношении к любому товару (услуге), в том числе и к книге как товару.

В отечественной книжной торговле маркетинг в последнее десятилетие становится одним из важных направлений управленческой деятельности. В условиях рынка он объективно необходим для реализации книжной продукции, увеличения объема продаж, роста прибыли.

Но, несмотря на актуальность данной проблемы, до сих пор в специальной литературе недостаточно исследованы исторические и теоретические предпосылки формирования книжного маркетинга.

Книжный маркетинг играет одну из главных ролей в книжном деле, соединяя производство с потреблением и обеспечивая единство воспроизводственного процесса.

Несмотря на то, что имеются определения маркетинга в экономике, отсутствует точная, глубокая, учитывающая специфические особенности формулировка понятия книжный маркетинг, а также другие определения, относящиеся к области книжного маркетинга, такие как: книжный, читательский спрос, издательское предложение, конъюнктура книжного рынка и другие.

На основе проведенного анализа научной, учебной, справочной, специальной литературы нами выявлены следующие понятия маркетинга в книжном деле.

Например, книжный маркетинг, как анализа конъюнктуры товарного (книжного) рынка, как предпринимательскую деятельность, связанную с продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю, а в широком смысле – философию бизнеса, которая обусловливает стратегию и тактику книготорговой организации в условиях конкуренции. Однако приведенная трактовка определения книжного маркетинга, на наш взгляд, не совсем учитывает специфические особенности книги, как товара.

В словаре по книжной торговле, дается следующее определение "Маркетинга" – это:

1. Деятельность предприятия по формированию благоприятных взаимоотношений с другими субъектами хозяйствования и гражданами.
2. Деятельность предприятия в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях продвижения товаров на рынок, формирования спроса и стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена, во имя лучшего удовлетворения потребностей и получения.

Это определение, несмотря на то, что представлено в отраслевом издании, весьма далеко от книжной торговли и ее специфики.

Маркетинг – это система взаимодействия предприятия с конкурентной внешней средой, причем система двусторонняя. Применительно к книгоизданию он отмечает, что маркетинг можно определить как комплекс видов деятельности издательства по выявлению и удовлетворению потребностей потенциальных читателей в литературе. В комплекс таких видов деятельности он включает маркетинговые исследования, выбор целевого рынка, стратегическое планирование маркетинга.[[6]](#footnote-6) Именно они, по мнению указанного автора, образуют цикл мероприятий для успешного прохождения книги по цепочке:

Автор → Издатель → Оптовик → Розничный торговец → Читатель

Книжный бизнесе в настоящее время действуют две базовые цепочки: однозвенная и двухзвенная. Однозвенная цепочка представляет собой систему «Издатель → Читатель», то есть потребитель получает книгу сразу в издательстве напрямую, например, в магазине при издательстве.[[7]](#footnote-7) Двухзвенная цепочка более сложная – «Издатель → Оптовик → Читатель». В ней оптовик является связывающим звеном между издателем и читателем, он поставляет книги розничным книготорговцам или непосредственно конечному потребителю, например, библиотекам, при этом цена на книгу будет повышаться. Причем, чем больше звеньев в цепочке, тем более сложная система продвижения книги к читателю, тем более она требует маркетинговой деятельности для успешного функционирования.

В отношении книжного маркетинга выявлены и другие его трактовки. Например, маркетинговая деятельность понимается, как действия издательства (книготорговой организации) по созданию устойчивых производственных и коммерческих связей с партнерами и постоянными покупателями.

Это определение также страдает всеми вышеуказанными недостатками и таким образом, можно сделать вывод, что полного точного определения книжного маркетинга пока не существует.[[8]](#footnote-8)

### 1.2 Подбор авторов, заключение издательского договора

Заключению договора с автором предшествует предварительная и порой занимающая немало времени работа: подбор автора или авторского коллектива, составление и утверждение плана-проспекта издания, при необходимости – его рецензирование, а также, в отдельных случаях – рассмотрение пробных глав будущей книги.

*Автор* – это человек, творческим трудом которого создано произведение, охраняемое **авторским правом**, а авторский коллектив возникает, когда произведение создается трудом двух и более людей. Соответственно авторское право в таком случае принадлежит авторам совместно.[[9]](#footnote-9)

**Издательство** заинтересовано в сотрудничестве с наиболее квалифицированными и одаренными авторами, работающими в той области, которой посвящена выпускаемая им литература. Это касается не только и даже не столько художественной литературы, которая у всех на виду, но изданий всех видов и тематических направлений.

Со временем каждое **издательство** формирует свой круг авторов, с которыми оно работает постоянно и из которого делает отбор при подготовке нового произведения на запланированную тему. Как правило, издатели ведут свою базу данных авторов.

Вместе с тем, заинтересованное в собственном развитии **издательство** заинтересовано и в расширении своего авторского коллектива.

*Заключение договора с автором*

После того, как утвержден план-проспект рукописи, с автором заключается **договор**. Смысл авторского договора (он же издательский договор) заключается в том, чтобы сформулировать требования к заказываемому произведению, определить права и обязанности каждой из сторон, то есть автора и издателя.

Поскольку **авторское право** не предусматривает заключение договора на использование произведения, которое еще не создано, но может быть создано в будущем, предусматривается возможность заключения авторского договора-заказа, по которому автор обязуется создать конкретное произведение и передать его издательству для использования.

Договор подписывается автором и руководителем издательства, а если договор заключается с коллективом авторов, то всеми соавторами произведения. Первый экземпляр **договора** хранится в **издательстве**, второй передается автору.[[10]](#footnote-10)

В любом случае до подписания договора с автором издательству необходимо выяснить у него принадлежность в данный момент исключительных авторских прав на использование произведения (если оно существует уже в готовом виде), а также наличие любых договоров на это произведение, если таковые существуют. Если речь идет об **издании** произведения умершего автора, то договор заключается с наследниками. Не исключено, что автор имеет договор с литературным агентством или литературным агентом, которые и представляют интересы автора. В этом случае переговоры о заключении договора можно вести либо с агентством (агентом), либо с самим автором, который также вправе подписать договор. Юридические консультации при заключении договора не будут лишними.

***Авторский договор***

**Авторским договором** называется соглашение между автором (авторами) произведения науки, литературы, искусства, охраняемого авторским правом, и пользователем (юридическим или физическим лицом). В соответствии, с которым автор (авторы) передает пользователю свои имущественные права, связанные с произведением.

Договор может предусматривать передачу имущественных прав полностью или частично, на определенный срок, с распространением его действия на определенную территорию.

**Авторское право** предусматривает два основных типа авторского договора:

* 1. Авторский договор на передачу исключительных прав, разрешающий использование произведения определенным способом и в установленных пределах только лицу, которому эти права передаются;
	2. Авторский договор на передачу неисключительных прав, разрешающий использование произведения и другим лицам, в том числе самому обладателю исключительных прав, заключившему авторский договор.

**Авторский договор** заключается в письменной форме и, по желанию сторон, может быть заверен нотариально. Договор может быть изменен, прекращен или расторгнут также только письменно. В каждом отдельном случае издатель и автор выбирают и согласуют оригинальный текст авторского договора. Следует отметить, что авторский договор не обязательно представляет собой единый документ. Он может включать и различного рода дополнительные соглашения.[[11]](#footnote-11)

**Авторское право** предусматривает возможность заключения еще одного вида договора – авторского договора заказа. По договору заказа автор обязуется создать произведение в соответствии с условиями договора и передать его заказчику. Особенность авторского договора заказа состоит в том, что заказчик обязан в счет обусловленного договором вознаграждения выплатить автору аванс. Размер, порядок и сроки выплаты аванса устанавливаются в договоре по соглашению сторон.

***Содержание авторского договора***

В соответствии с законом, **авторский договор** должен предусматривать следующие обязательные положения:

* + 1. Способы использования произведения (конкретные права, передаваемые по данному договору);
		2. Срок и территорию, на которые передается право;
		3. Размер вознаграждения и (или) порядок определения размера вознаграждения за каждый способ использования произведения, порядок и сроки его выплаты.

Правами, которые передаются по договору, не могут быть права на произведение, еще не существующее и которое автор может создать в будущем. Права на использование произведения, прямо не переданные по договору, считаются не переданными. Права, переданные по авторскому договору, могут передаваться полностью или частично другим лицам только в том случае, если это прямо предусмотрено договором.[[12]](#footnote-12)

При отсутствии в тексте **авторского договора** указания срока, на который передается право, договор, может быть, расторгнут автором по истечении пяти лет с даты его заключения, если пользователь будет письменно уведомлен об этом за шесть месяцев до расторжения договора. По истечении срока действия договора все права возвращаются автору и **издательство** не вправе тиражировать договорное произведение. Однако договор должен предусматривать возможность реализации экземпляров тиража, изготовленного в соответствии с договором.

При отсутствии в авторском договоре условия о территории **распространения** произведения, оно может распространяться только на территории Российской Федерации. То же самое можно сказать о переводе произведения на другие языки. Вознаграждение автору определяется в **авторском договоре**.

*Заключение договора с автором*

После того, как утвержден план-проспект рукописи, с автором заключается **договор**. Смысл авторского договора (издательский договор) заключается в том, чтобы сформулировать требования к заказываемому произведению, определить права и обязанности каждой из сторон, автора и издателя.

Поскольку **авторское право** не предусматривает заключение договора на использование произведения, которое еще не создано, но может быть создано в будущем, предусматривается возможность заключения авторского договора–заказа, по которому автор обязуется создать конкретное произведение и передать его издательству для использования.[[13]](#footnote-13)

Договор подписывается автором и руководителем издательства, а если договор заключается с коллективом авторов, то всеми соавторами произведения. Первый экземпляр договора хранится в издательстве, второй передается автору. В любом случае до подписания договора с автором издательству необходимо выяснить у него принадлежность в данный момент исключительных авторских прав на использование произведения (если оно существует уже в готовом виде), а также наличие любых договоров на это произведение, если таковые существуют. Если речь идет об издании произведения умершего автора, то договор заключается с наследниками.

Не исключено, что автор имеет договор с литературным агентством или литературным агентом, которые и представляют интересы автора. В этом случае переговоры о заключении договора можно вести либо с агентством (агентом), либо с самим автором, который также вправе подписать договор.

###

### 1.3 Контроль над написанием произведения

Редакторская работа в книжном деле многофункциональна и разнообразна. Между тем есть в ней общая цель, которая определяет, объединяет и направляет все действия редактора. Эта цель – обеспечение потребностей населения в книге, которая достигается выпуском в свет изданий. По определению, издание – «документ, предназначенный для распространения содержащейся в нем информации, прошедший редакционно издательскую обработку, полученный печатанием или тиснением, полиграфически самостоятельно оформленный, имеющий выходные сведения».

Не заостряя внимание на том, что современное издание может быть оформлено не только полиграфически, отметим, что первым важнейшим его отличительным признаком является наличие содержательной основы, под которой фактически нужно понимать литературное произведение. Далее в числе необходимых признаков отмечается (и это также заслуживает особого внимания) редакционно-издательская обработка произведения (документа).[[14]](#footnote-14) Обязательным условием является печатное или тиснением оформление в виде самостоятельного объекта и как минимум с выходными сведениями. Это все, без чего не может быть издания, благодаря которому произведение литературы потом становится связанным с книгой.

Книжное издание представляет собой достаточно сложное, системное образование. Его нужно рассматривать как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов. В состав издания входят произведение литературы и аппарат. Произведение также является непростым образованием. Его обязательным элементом является текст, который состоит из некоторого множества смысловых (содержательных) элементов и может иметь различную структуру в зависимости от вида литературы, содержания и жанра произведения. Наряду с текстом в произведении могут быть нетекстовые элементы отображения содержания: иллюстрации, таблицы, формулы. Аппарат нужен для того, чтобы отличить издание от другого, быстро и безошибочно сориентироваться в его содержании, иметь возможность идентифицировать его и осуществить поиск в потоках и массивах других изданий, найти нужные сведения в произведении без обязательного прочтения всего текста, получить дополнительные сведения по теме издания и прочие. В общем случае аппарат издания включает: выходные сведения, аннотацию или реферат (научные издания), содержание (оглавление), библиографические элементы, указатели различного назначения, примечания, комментарии и др. Состав аппарата и его полнота определяются видом издания.[[15]](#footnote-15)

Таким образом, издание в целом можно рассматривать как информационную систему, причем достаточно сложную, хотя и, хорошо организованную. При этом две ее составляющие произведение и аппарат – образуют подсистемы, в каждой из которых своя совокупность элементов, которые находятся во взаимных, функционально и информационно обусловленных отношениях.

Информация, заключенная в издании (его содержание), является продуктом творчества и выражения духовного мира автора произведения. Само издание представляет собой продукт редакционно-издательской деятельности, в которой произведение выполняет роль объекта, на который направляется деятельность редактора как субъекта редакционно-издательского процесса. Наряду с редактором в работе над подготовкой издания принимают участие другие специалисты: корректоры, операторы ЭВМ, технические редакторы, верстальщики, художники и оформители (дизайнеры), полиграфисты, маркетологи. Редактор, который ведет издание, является главным действующим персонажем.[[16]](#footnote-16)

Во всей своей работе он пользуется профессиональным методом – редакторским анализом. Он анализирует и оценивает читательские потребности, книжные потоки и массивы по теме издания, находит рукопись произведения или автора, которому делает заказ, формирует свой или рассматривает авторский замысел и т.д. *Редактор* – организатор и вдохновитель всей работы по созданию издания, которое всегда конкретно, должно обладать определенными типологическими признаками и соответствовать предъявляемым к нему требованиям.[[17]](#footnote-17)

До того, как приступить к подготовке издания, редактору приходится отвечать на два вопроса: следует ли издавать данную книгу и, если следует, то какой ей быть. Эти вопросы требуют ответа даже в том случае, когда издание стоит в плане. После составления плана и относящихся к тому периоду предварительных проектов до момента, когда нужно приступать к его реализации, обычно проходит какое-то время, в течение которого ситуация может получить иной характер. Тем более нужны ответы на поставленные вопросы, если от автора поступит инициативная рукопись или у издательства возникла собственная потребность выпустить внеплановую книгу.

Редактор обычно информирован относительно положения в книгоиздании и книжной торговле по профилю своего издательства. Для этого у современного редактора имеется достаточно разных источников. Однако когда стоит вопрос о конкретном издании, ему приходится еще раз изучать, анализировать и оценивать книжный поток, рынок, читательские потребности, общественную значимость предполагаемого издания.

Полученную информацию редактор сопоставляет с авторским замыслом произведения, у него рождается замысел издания. При этом ему нужно также принять во внимание возможности издательства по подготовке оригинал-макета и дальнейшему участию в процессе прохождения издания до выпуска в свет и по распространению. Особую роль играет учет типологических признаков будущего издания: целевого назначения, читательского адреса, характера информации. Располагая исходной информацией, редактор имеет возможность проработать и сформировать концепцию издания.[[18]](#footnote-18)

Концепцией определяется вся последующая творческая и другая работа редактора над изданием:

1. Разработка плана-проекта и написание пробных фрагментов будущего произведения, анализ, оценка авторского оригинала и его совершенствование;
2. Разработка концепции иллюстрирования произведения и оформления книги;
3. Моделирование издания и его подготовка;
4. Систематизация элементов издания и формирование издательского оригинала;
5. Контрольно-аналитическая работа на этапах его тиражирования и выпуска в свет.[[19]](#footnote-19)

Творческий характер деятельности редактора при решении перечисленных задач обусловлен тем, что предмет его труда – каждое подготавливаемое издание, имея в основе конкретный авторский оригинал произведения, обладает своими индивидуальными свойствами. Специфика аналитической и методической работы редактора как самостоятельного направления в книгоиздании заключается в том, что редактор не подменяет автора, а направляет его творческий потенциал на реализацию замысла в форме, обеспечивающей наиболее эффективное восприятие содержания книги читателем.

Разработка концепции издания является важной творческой операцией, выполняемой редактором. С точки зрения психологии творчества понятие концепции нужно рассматривать как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных признаков будущего издания, которая складывается в ходе и в результате редакторского анализа исходной информации, выдвигаемых требований к будущему изданию и обоснования его характеристик.[[20]](#footnote-20)

Создать концепцию – значит подготовить основу для формирования модели издания и его проектирования. Концепция является методологической основой всего процесса редакторской подготовки издания. На основе концепции, с учетом специфики литературного произведения разрабатывается модель издания.

Общая, принципиальная модель издания должна включать наиболее значимые и обобщенные признаки издания, необходимые для того, чтобы вскрыть его сущность. К таким признакам, которые можно считать необходимыми и достаточными, следует отнести функциональное назначение, читательский адрес, характер информации и конструкцию. Конечно, на практике характеристика конкретного издания не ограничивается только перечисленными признаками, и это нужно учитывать при редакторской подготовке каждого издания в отдельности. Что касается общей модели, она предложена как один из результатов научного исследования, проведенного Книжной палатой.

Функциональное назначение рассматривается как более четкое и ясное выражение типологического признака «целевое назначение».[[21]](#footnote-21) Понятие «функциональное назначение» разработано в рамках социально-функционального заказа и является более широким, чем понятие «целевое назначение». В книговедении функциональное назначение отображает связь и функциональную зависимость группы изданий от потребностей определенной сферы общественной жизни и практики. Таким образом, с одной стороны, общественные потребности ставят задачи по созданию и выпуску определенных изданий, с другой – осуществляется подготовка изданий для удовлетворения этих потребностей.

Функциональное назначение и целевое назначение отчасти идентичны как признаки издания. Однако в действительности функциональное назначение более полно учитывает возможности издания по удовлетворению задач и интересов общества. К примеру, целевое назначение научных изданий заключается главным образом (и на этом акцентируется внимание) в отражении в системе научных коммуникаций результатов познавательной деятельности. Научное издание является способом научной коммуникации. Когда мы смотрим на научные издания с позиций функционального назначения, то видим, что в их функциях отражаются фиксирование результатов научного познания, передача их в пространстве и во времени, апробация результатов исследования и закрепление научного приоритета. Они играют заметную роль в повышении уровня научных знаний, в формировании научного мировоззрения, обладают большим вспомогательным значением и многие другие.

Аналогичная ситуация наблюдается в области научно-популярных изданий, целевое назначение которых обычно сводится к популяризации и пропаганде науки. В их функции входят и информационная, и просветительская, и образовательная, и мировоззренческая, и практическая, и профориентационная, и ряд других.

Это не значит, что функциональное назначение в качестве типологического признака должно заменять целевое назначение. Собственно, целевое назначение отражает тот факт, что издание (а в его составе литературное произведение) создается для передачи читателям определенных знаний. И каждый раз при этом преследуются более или менее определенные цели: обобщение знаний в той или иной области, их распространение, обмен результатами научного познания, формирование общественного сознания, норм права, морали, нравственности и т.д. Целевое назначение в широком плане рассматривается еще и как общественное назначение, под которым понимается то общественно необходимое воздействие, которое должно оказать издание на читателя. Целевое назначение и читательский адрес связаны и образуют комплексный признак, имеющий важное значение для систематизации изданий, которая строится на функциональном подходе.

Здесь уместно вспомнить, что функциональный подход был сформирован в 1930-е годы отечественными книговедами и на длительное время определил развитие теории и практики книговедения и, в частности, редакционно-издательского дела. Функциональный подход рассматривается как методологическая основа современных научных дисциплин, обращенных к предмету и явлениям информации, системности и управления. Он определяется, прежде всего, функциональной природой самих явлений, и, как отмечают исследователи, функциональная природа присуща, по-видимому, проявлению жизни во всех ее формах. Достоинство функционального подхода, в том, что он как бы разрушает барьеры между различными отраслями знания и концентрирует внимание на общности функций.[[22]](#footnote-22)

Изучение функций книги, ее типов и видов, читательских интересов составляет основу функционального подхода в теории и практике книжного дела. Функциональный подход к формированию модели издания указывает на важное методологическое значение результата этого процесса для редакторской подготовки издания.

Функциональное назначение как признак, который взят для разработки модели издания, так же как и целевое назначение, тесно смыкается с читательским адресом. На первый взгляд может показаться, что читательский адрес является дополнением к функциональному назначению издания. Однако такое имеет место только в некоторых случаях. Так, например, основным читателем научного издания является ученый. Читательский адрес других видов издания может быть детально конкретизирован, что видно на примере учебных изданий. Их читатели подразделяются по социальному признаку – учащиеся; по сфере обучения – учащиеся школы, ПТУ, студенты колледжей, вузов; по форме обучения – учащиеся дневного, вечернего, заочного отделений; по ступеням – учащиеся начальной и средней школы, студенты бакалавриата, магистранты, студенты, которые готовятся стать дипломированными специалистами.

В оценке читателя есть свой функциональный подход. Он выражается в изучении читателя, прежде всего в связи с книгой. Типология читателя рассматривается в связи с функцией ее чтения. Редакторы занимаются подготовкой изданий для различных категорий читателей. Большая часть литературно–художественных, научно-популярных изданий выпускается с ориентировкой на широкие читательские круги, без особого учета образования, социального положения, специальности и порой возраста, то есть на «массового читателя».[[23]](#footnote-23) Правда, в условиях коммерциализации книгоиздания такой подход требует осторожности и ставит перед редактором и издательством задачи серьезного изучения книжного рынка.

Важнейшей характеристикой издания, которая определяющим образом влияет на выбор его вида, является характер информации. Этот термин предложен Книжной палатой, чтобы выразить особый опосредованный характер взаимоотношения содержания с функциональным назначением, читательским адресом и конструкцией издания. Так, на одну и ту же тему, на одном и том же материале можно написать произведения разных жанров и на их основе создать соответствующее количество изданий. В каждом из них в зависимости от жанра произведения и вида издания будут по-своему излагаться, и освещаться факты, будет свой характер информации. Один из основных признаков характера информации – глубина разработки проблемы. В научном издании требуется высокий научный уровень проработки темы с привлечением эффективных методов исследования, аргументированных обоснований и доказательств и нужны свои языково-стилистические средства отображения информации. При освещении той же проблемы в научно-популярном издании она должна быть адаптирована с учетом возможностей читательского понимания и восприятия, у издания будет другой, отличающейся от научного издания, язык, иные приемы и средства отображения содержания. Еще иначе результаты разработки научной проблемы будут представлены при использовании их в учебном издании.

В связи с рассмотрением признака «характер информации» нужно отметить, что данный типологический признак характеризуется также тем, какие языково-стилистические средства используются в произведении для изложения его содержания. В издании определенного вида используется свой функциональный стиль: научный, научно-популярный, деловой, художественный и т.д. Отсюда характер изложения материала может рассматриваться как важный типологический признак, отражающий способ осмысления, освоения и отображения действительности. Признаками характера информации являются степень нормативности материала, наличие в издании теоретического или эмпирического материалов и их соотношение, справочность в представлении материала и т.д.

Применение книги для выполнения ее функционального назначения и ее соответствие читательскому адресу зависят еще и от конструкции, которая непосредственно связана с характером информации. Конструкция включает в систему признаки, связанные с расположением материала, оформлением и полиграфическим исполнением издания. В этот комплекс входят взаимное расположение и связь составных частей (структура) книги и художественно–оформительские элементы.[[24]](#footnote-24)

Структура обычно понимается как целое, которое задает характер составляющих его фрагментов. Значение целого было выражено Аристотелем: «Целое – это нечто большее, чем сумма отдельных частей». Это хорошо видится на примере книги. Ее обложка – это сложное художественное целое; типографское оформление – тоже сложное целое, которое образуют специально выбранный шрифт, титульный лист, строки заглавия, гармонирующие с содержанием, хорошо выполненные и напечатанные иллюстрации; художественным и информационным целым является и текст книги. «Значит, книга как целое есть единство составляющих ее элементов, что далеко не идентично сумме входящих в нее составных частей. Поэтому под структурой книги мы будем понимать внутреннее скоординированное множество компонентов, взаимосвязи которых дают книге функционировать как некой целостности».

Обусловленность структурной организации издания его видовыми признаками весьма ярко выражена в справочном издании: «Трудно переоценить значение неразрывной связи формы справочного издания с его содержанием. Это обнаруживается в самой видовой характеристике, в основу которой положен не столько характер информации, как, например, в научных изданиях и изданиях художественной литературы, не столько читательский адрес, как, например, в изданиях для детей, не столько предназначенность для определенного рода деятельности, как, например, в производственных изданиях, сколько порядок размещения материала, определенный принцип его структурной организации и, в конечном счете, способ работы с книгой».

Авторское, редакторское, редакционно-техническое и оформительское начала при формировании издания – единый процесс. Работа должна проводиться с началом редактирования авторского оригинала. Логико-структурная организация текста, выбор способа последовательного выстраивания структурных элементов – во всем этом присутствуют конструкторско-оформительские решения. Содержание издания не определяется только содержанием произведения, его составляет совокупность всех элементов, составляющих издание.

Основы конструкции и оформления (дизайна) будущего издания в какой-то мере закладываются автором в его сочинении, что, прежде всего, проявляется в логической структуре текста, подборе иллюстраций, составе и характере функционирования аппарата книги. Поэтому задача редактора еще на стадии работы над авторским оригиналом произведения – ознакомить автора с проектом конструктивных и оформительских решений, образцами изданий, которые относятся к тому же виду, что и создаваемое. Контакты важно поддерживать в течение всего времени подготовки издания; благодаря этому автор может иметь возможность своими действиями способствовать улучшению художественно-конструктивного решения издания. Если у редактора и дизайнера (оформителя) вследствие функционального и эстетического осмысления авторского труда возникнут предложения, которые касаются произведения, например корректировки системы рубрикации, перегруппировки частей текста, введения дополнительных и исключения избыточных фрагментов текстов и т.п., то эти предложения тут же могут быть доведены до автора, обсуждены, согласованы и учтены.

Взаимодействие автора и дизайнера (оформителя) относится к важному условию, благодаря которому может быть обеспечено единство формы и содержания издания. Работающий над авторским оригиналом произведения редактор как организатор и ведущий создаваемого издания не может оставаться в стороне.[[25]](#footnote-25) Задача активно участвовать во всем, что относится к процессу подготовки издания, обязывает его направлять и поддерживать взаимодействие автора и дизайнера, осуществлять контроль над результатами оформления. К тому же редактор, анализируя и оценивая авторский оригинал произведения, должен хорошо видеть и понимать, за счет чего можно иметь более эффективные конструктивные решения, как более рационально соотнести эти решения с выполнением функциональных задач и более полным удовлетворением интересов читателей.

Общий смысл формирования структуры и оформления издания в том (подчеркнем это еще раз), чтобы сделать его целостной вещью, которая и с внешней, и с внутренней стороны должна отвечать своему функциональному назначению, а также читательскому адресу, характеру информации и условиям использования.

Основные задачи дизайна – способствовать наилучшему восприятию и пониманию текста, а также обеспечивать цельность издания. Книга – это единая, связная, закономерно построенная структура, что и должно быть воплощено в ее внешней форме. Есть ясно обозначенное начало и конец, упорядоченная система внутреннего членения, очевидная иерархия основных и различных вспомогательных текстов и изображений. Все это требует внимания, забот и контроля редактора издания.

### ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ И ВЫПУСКА ИЗДАНИЙ

###

### 2.1 Общие положения

Редакторская подготовка изданий – сложный многоаспектный процесс. Редактор изучает рынок, выявляет запросы и потребности читателей, определяет проблемно-тематический и видео типологический состав репертуара изданий, осуществляет поиск авторов для подготовки новых произведений, выявляет издания, которые могут стать основой переизданий. Кроме того, редактор составляет концепцию, разрабатывает модель будущего издания. Организует формирование аппарата издания, обеспечивает подготовку отдельных его элементов, совместно с художественным редактором определяет общие подходы к оформлению и иллюстрированию книги. Редактор осуществляет редакторскую обработку представленной автором рукописи, обеспечивает прохождение рукописи в издательстве. Редактор разрабатывает программу рекламной кампании издания, отслеживает ситуацию, складывающуюся в процессе его распространения.

Комплекс задач и функции редактора требуют выполнения разнообразных видов работ – организационно-управленческой до литературно творческой.

Поэтому профессиональная подготовка редактора предполагает изучение многих предметов, ядром которых являются предметы собственно редакторской ориентации. В этих предметах рассматриваются соответствующие аспекты редакторской деятельности.[[26]](#footnote-26) Главнейшими среди них можно считать вопросы формирования редактирования в самостоятельную область профессиональной деятельности (рассматриваются в предмете «Редактирование. Общий курс». Формы и методы работы редактора на различных этапах подготовки издания «Технология редакционно-издательского процесса», вопросы выпуска в свет произведений литературы. Этим вопросам и посвящено содержание данного учебника.

Книга, издание – комплексное явление. В ее подготовке принимает участие целый творческий коллектив – автор, художник, издатель, полиграфист и др. Редактор объединяет усилия всех участников подготовки издания, направляя их работу на реализацию концепции издания.

В редакторской подготовке изданий осуществляется интерпретация сочинения автора средствами издательского дела. Создание аппарата, иллюстративного ряда, оформление издания связаны с представлением читателю того или иного произведения литературы в издании. Адекватная интерпретация информации, заключенной в авторском труде, возможна при условии понимания редактором природы и сущности издания, специфики литературного творчества, особенностей читательского восприятия. Все эти основания, определяющие работу над изданием, рассмотрены в учебнике с точки зрения редактирования.[[27]](#footnote-27)

Известно, что степень вмешательства редактора в подготовку произведения определяется особенностями авторского труда. Так, научная и художественная деятельность направлены на изучение окружающей действительности. Научная литература органически завершает процесс выявления и анализа законов и закономерностей природы и общества. Художественная литература реализует результат художественного, эстетического познания человека. Поэтому редактор направляет свои усилия преимущественно не на работу с произведением, а на подготовку изданий, которые можно рассматривать как собственно «авторские». Другие виды изданий, например, справочные, рекламные, научно-информационные, можно назвать «редакторскими», так как организацию произведения, поиск автора, концепцию изложения содержания чаще всего создает редактор. Особенность детской литературы определяется, прежде всего, ее воспитательным, педагогическим значением, ее особым воздействием на читателей – детей. Здесь и автор и редактор направляют свои усилия на обеспечение педагогических оснований книги. Все эти особенности подробно обсуждаются в учебнике в соотнесении с функциями и задачами редактора. После овладения данной дисциплиной дальнейшее развитие профессиональных знаний обеспечивается системой курсов по выбору студента, каждый из которых углубляет и расширяет знания и навыки редактора, отраженные в дисциплине «Редакторская подготовка изданий».

### 2.2 Виды авторских оригиналов

Издательские текстовые оригиналы делятся на следующие виды:

1. Машинописные;
2. Печатные для переиздания без повторения набора;
3. Печатные для переиздания с изменениями;
4. Электронные (кодированный набор и распечатка);
5. Репродуцируемые оригинал-макеты;
6. Рукописные (факсимильные, на языках с особой графикой письма, словарные, карточки для ката логов и картотек, указатели на карточках, сложные табличные).[[28]](#footnote-28)

*Состав авторского текстового оригинала:*

Авторский текстовой оригинал включает следующие элементы: титульный лист издания по ГОСТ 7.4;[[29]](#footnote-29)

1. Основной текст издания с заголовками, таблицами, формулами, иллюстрациями и т.п., включая авторское предисловие, введение, а также аннотацию и для научных изданий (по естественной и технической тематикам) реферат по ГОСТ 7.9;[[30]](#footnote-30)
2. Тексты справочного характера и дополнительные тексты (указатели, комментарии, примечания, приложения);
3. Библиографические списки и ссылки по ГОСТ 7.1;[[31]](#footnote-31)
4. Подрисуночные подписи;
5. Оглавление (содержание).

Примечание. Наличие или отсутствие перечисленных в п. 2.1 и других видов текстовых элементов определяется содержанием авторского текстового оригинала.[[32]](#footnote-32)

Оформление титульного листа и нумерация страниц

Авторский текстовой оригинал должен быть подписан автором (авторами или другими ответственными за издание лицами) на титульном листе с указанием даты и пронумерован простым карандашом в правом верхнем углу страницы без пропусков и литерных добавлений. В сплошную нумерацию должны быть включены все элементы авторского оригинала.

На титульном листе должны быть указаны общее число страниц, объем вставок и выкидок, а также количество иллюстраций.

Авторский текстовой машинописный оригинал

Основные требования. Авторский текстовой машинописный оригинал должен быть отпечатан на пишущей машинке с размером шрифта по высоте не менее 2 мм для строчных литер. В издательство представляется два экземпляра (первый и второй) оригинала, отпечатанного на одной стороне писчей бумаги белого цвета одного формата А4 (210х297 мм) или близкого к нему формата. Для разворотных таблиц допускается формат A3 (от 297х420 мм до 288х407 мм). Для перепечатки необходимо использовать ленты черного цвета. Все тексты авторского оригинала, необходимо печатать через два интервала – 4 мм, головки в таблицах допускается печатать через один интервал. Оттиски машинописного шрифта на бумаге должны быть четкими, печать деформированным или загрязненным шрифтом не допускается. Все тексты авторского машинописного оригинала должны быть отпечатаны строчными буквами. Прописными должны печататься заглавные буквы и аббревиатуры в соответствии с правилами грамматики.

Размерные показатели для авторских текстовых машинописных оригиналов, отпечатанных на пишущих машинах, должны быть следующими:

В одной строке должно быть 60 ± 2 знака, при этом каждый пробел между словами считается за один знак;

Абзацный отступ должен быть одинаковым и равен трем ударам на пишущей машине, допускается отступ в пять ударов по всему оригиналу;

На одной странице сплошного текста должно быть 29 ± 1 строки (для словарей – 20 строк). Меньшее число строк допускается на начальных, концевых страницах, перед заголовком и тому подобное;

Напечатанный текст должен иметь поля следующих размеров: верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, при стандартном формате листа бумаги А4 (210х297 мм), установленных длине строки (60 ± 2 знака) и числе строк на странице (29 ± 1 строки через два интервала) размеры левого и нижнего полей будут производными от указанных выше параметров, но не менее 20 мм; заголовки отделяются от текста сверху и снизу тремя интервалами.

Знаки, буквы, символы, обозначения, отсутствующие на пишущих машинах, а также математические, физические, астрономические, химические и др. формулы должны вписываться от руки чернилами (пастой) черного цвета в оставленное в машинописном тексте место. Вписываемые знаки, буквы и т.п. должны иметь размер не меньше машинописного шрифта; надстрочные и подстрочные индексы, показатели степени и т.п. могут быть меньших размеров, однако не менее 2 мм по высоте.

В формулах относительные размеры и взаимное расположение символов, знаков, индексов и т.п. должны точно соответствовать их значению, а также общему содержанию формулы. Требования, предъявляемые к написанию математических и химических формул, приведены в обязательном приложении Сноски к формулам, буквенным символам и цифрам должны быть обозначены звездочками.[[33]](#footnote-33) Разметку элементов текста авторского машинописного оригинала автор должен сделать в оригинале простым карандашом:

1. Подчеркнуть буквы, знаки, слова и предложения, которые должны быть выделены, и дать на полях указания о характере выделения (в том числе цветом);
2. Разъяснить на полях оригинала буквы, отличающиеся по алфавиту от основного текста, а также одинаковые по начертанию букв;
3. Вы разных алфавитов;
4. Обозначить соподчиненность заголовков и подзаголовков, пронумеровать их так, чтобы заголовки одного уровня рубрикации имели одинаковые номера;
5. Вынести на левое поле номера иллюстраций и таблиц напротив тех мест, в которых желательно поместить эти элементы;
6. Вписать номера страниц в оглавление, а также разметить внутритекстовые ссылки на соответствующие страницы оригинала;
7. Разметить подрисуночные подписи;
8. Разметить формулы чернилами (пастой) синего или фиолетового цвета.

Таблицы должны быть помещены в тексте после абзацев, с держащих ссылку на них. Допускается печатать таблицы на следующей после ссылки странице. Соподчиненность строк боковика таблицы должна быть выражена или системой втяжек, или нумерацией строк простым карандашом.

Строки боковика таблицы должны быть выровнены с соответствующими строками в графах. Горизонтальные и вертикальные линейки в таблице, подлежащие набору, должны быть напечатаны на пишущей машине или прочерчены карандашом (пастой). В цифровых таблицах числа, имеющие больше четырех знаков, должны отделяться интервалами в один знак пишущей машины на классы по три цифры в каждом, за исключением чисел, обозначающих номера и календарные годы; классы цифр в графах должны быть выровнены по вертикали; четырехзначные цифры разбивают на классы только в том случае, если они находятся в цифровой графе, содержащей цифры с пятью или более знаками. Примечания и сноски к таблицам должны быть отпечатаны непосредственно под соответствующей таблицей. Сноски к цифрам в таблице обозначаются только звездочками.

Иллюстрации не допускается вклеивать в авторский текстовой оригинал, нельзя оставлять для них пробелы, а также впечатывать в оригинал подрисуночные подписи. Поправкой в авторском текстовом машинописном оригинале называется исправление отдельных знаков, букв, слов текста, не изменяющее число строк на странице.

Поправки допускается впечатывать на пишущей машине или четко вписывать от руки черными чернилами (пастой) над исправляемыми буквами, знаками, словами. Допускается также вклеивать на неправильные буквы, знаки и слова поправки, отпечатанные на пишущей машине. При этом исправляемые буквы, знаки, слова должны быть зачеркнуты, а поправки не должны отклеиваться. Число таких поправок должно быть не более пяти на одной странице. Допускается так же впечатывать поправки непосредственно на место неправильных букв, знаков, слов, для чего последние должны быть аккуратно счищены, заклеены или закрашены белым кроющим лаком, белилами и т.п. Число таких поправок не регламентируется.[[34]](#footnote-34)

Наклейкой в авторском текстовом машинописном оригинале называется замена текста, не изменяющая количество строк на странице. Наклейки вклеиваются на неправильные строки, отпечатанные на пишущей машине с тем же шрифтом, на бумаге того же цвета, что и оригинал, от одной до нескольких строк или абзацев. Число таких наклеек должно быть не более трех на 10 страниц оригинала.

Вставкой в авторском текстовом машинописном оригинале называется исправление машинописного текста, увеличивающее число строк на странице. Вставка к одной странице оригинала не должна превышать 15 строк. На десять страниц оригинала допускается не более двух вставок. Страницы со вставками должны быть сфальцованы на формат А4. Вставки вклеивают в текст с разрезом страницы или подклеивают внизу. Наклейка вставок на боковые поля не допускается.

Выкидкой в авторском текстовом машинописном оригинале называется изъятие текста, уменьшающее количество строк на странице. Исключаемые строки должны быть аккуратно заклеены. Объем вставок и выкидок, пересчитанный на полные страницы оригинала, должен быть указан на титульном листе. Не считаются поправками и вставками: знаки, буквы, символы, индексы, обозначения, отсутствующие на пишущих машинах; вписанные от руки формулы; авторские указания

Авторский текстовой печатный оригинал для переиздания без изменений (повторный)

При переиздании с готовых матриц или фотоформ автор должен представить в издательство два экземпляра предыдущего издания, один из которых должен быть подписан на титульном листе в соответствии с п. 2.2[[35]](#footnote-35) настоящего стандарта. В этот же экземпляр должны быть аккуратно внесены изменения в соответствии со списком опечаток, которые возможно исправить в матрицах или на фотоформах.

При переиздании без изменений способом репродуцирования автор должен представить три экземпляра предыдущего издания, один из которых он подписывает на титульном листе. Оттиски текста должны иметь четкое очко, без заусениц, чистые пробелы и поля, а также равномерную насыщенность краски по всему изданию. Для устранения отдельных ошибок в тексте автор должен приложить перечень необходимых исправлений.

*Авторский текстовой печатный оригинал для переиздания с изменениями*

Автор должен представить в издательство один чистый (без правки) экземпляр предыдущего издания и один расклеенный экземпляр с внесенной в него правкой. Текст издания должен быть отпечатан четко, шрифтом не менее кг 10 (таблицы – не менее кг 8, головки таблиц – не менее кг 6). Допускается по соглашению с издательством представлять тексты предыдущего издания, отпечатанные шрифтом меньше кг 10 (произведения классиков, официальные, справочные издания).[[36]](#footnote-36) Тексты предыдущего издания должны быть расклеены в одну колонку на одной стороне листов бумаги формата А4, А3.

Поправки в оригинал должны быть внесены корректурными знаками. Вставки наклейки и выкидки в оригинале должны быть сделаны в соответствии с п. 2.3.8-2.3.10[[37]](#footnote-37) данного стандарта.

Распечатки цифрового и текстового материала, выполненные на АЦПУ

Допускается представлять в качестве авторского текстового оригинала распечатки цифрового и текстового материала, выполненные на алфавитно-цифровых распечатывающих устройствах (АЦПУ). Они должны быть напечатаны с одноразовым использованием черной ленты на писчей бумаге. Формирование знака при использовании АЦПУ с матричной печатью должно осуществляться без потери печатных точек (с использование двойной печати). Отпечатки цифр и знаков должны иметь равномерную насыщенность, визуально резкие края и выполняться на бумаге, оптическая плотность которой не более 0,15. Оптическая плотность цифр и знаков должна быть не менее 1,5.

АЦПУ – Компьютерный принтер устройство печати цифровой информации на твёрдый носитель, обычно на бумагу. Относится к терминальным устройствам компьютера.

*Авторский текстовой рукописный оригинал*

К авторским текстовым рукописным оригиналам относятся следующие:

1. Рукописные факсимильные (в качестве иллюстраций);
2. Рукописные на языках, пользующиеся алфавитами особых графических форм (например, арабских, китайских и др.);
3. Рукописные словарные на карточках;
4. Карточки для каталогов и библиотек;
5. Указатели на карточках;
6. Оперативные материалы для газет и журналов;
7. Сложные табличные материалы.

 Рукописный текстовой оригинал представляется автором издательству в одном экземпляре, написанном четким почерком чернилами черного, фиолетового или синего цвета на одной стороне листа белой (неокрашенной в массе) бумаги.

Рукописные словарные оригиналы и указатели могут быть представлены на карточках из плотной бумаги. Оригиналы рукописных карточек для каталогов и библиотек должны быть представлены на плотной бумаге размером 125х75 мм.

###

### 2.3 Методика оценки авторского оригинала

Профессиональным методом, используемым редактором при подготовке статьи к печати, является редакторский анализ. Этот метод дает редактору возможность провести всестороннюю оценку рукописи, выявить и устранить имеющиеся в ней недочеты и подготовить ее к публикации.

В общем случае анализ – это операция расчленения предмета, явления, свойства или отношения между предметами на составные элементы, выполняемая в процессе познания и практической деятельности. Анализ предмета дает возможность раздельно изучать его свойства, части отношения. Он протекает в единстве с синтезом и непосредственно связан с операциями абстрагирования и обобщения, для которых анализ – необходимое условие и предпосылка.

В процессе редактирования статьи редактор обязан, прежде всего, оценить выбор темы, уровень ее разработки и литературную отделку статьи. Это – три составляющие редакторского анализа как метода. Они тесно взаимосвязаны и, в общем, представляют собой целостный, триединый процесс, который в итоге выводит на подготовку статьи, чтобы она соответствовала своему целевому назначению и читательскому адресу.

При оценке выбора темы редактор обращает внимание на ее актуальность, учитывая при этом теоретическую и практическую значимость решаемой научной задачи (проблемы), оригинальность и новизну, а также соответствие профилю журнала.[[38]](#footnote-38)

Конкретность – одно из основных требований, предъявляемых к теме научной статьи. Широкая, недостаточно конкретная тема затрудняет ее глубокую проработку, лишает возможности точно определить читательский адрес.

Анализ уровня разработки темы предполагает всестороннюю оценку содержания статьи с методических и научных позиций. Для оценки полноты и глубины разработки темы важно проанализировать состав смысловых аспектов, отражаемых в тексте. Соотнося фактический материал со смысловыми аспектами содержания, следует обратить внимание на объективность отбора фактов и их репрезентативность, что должно служить основанием для научно обоснованных выводов. Редактор выясняет, как автор подходит к рассмотрению фактов, событий, явлений; показывает ли он их в движении и развитии, в связях и взаимодействии, не проявляется ли в статье субъективизм и догматизм, виден ли его творческий подход, сумел ли автор проникнуть в сущность явления.[[39]](#footnote-39)

От редактора требуется также оценить новизну, достоверность и истинность фактического материала. При этом факты должны пониматься не только как исходные элементы содержания, взятые за основу для рассуждений и объяснений, но и как аргументы, как результаты исследования. Следовательно, они должны быть обоснованы и доказаны.

Факт является сутью явления, объекта внешней действительности. Это обстоятельство должно иметь исключительно важное методологическое значение для редакторского анализа научной статьи. Каждый факт может быть содержательно интерпретирован и потому иметь различные формы его изложения. Чтобы факт стал научным, он должен быть включен в определенную систему научного знания. Под научными фактами следует разуметь также неопровержимые теоретические положения, которые могут быть использованы в статье для доказательств или опровержений.

В идеале в качестве научных фактов может признаваться только достоверная, проверенная практикой информация. Иначе говоря, не все стороны объективной действительности должны рассматриваться в качестве факта для науки, а только те, которые из «вещи в себе» становятся «вещью для нас» и приобретают определенное значение для удовлетворения потребностей человека.

В качестве фактографической информации могут быть результаты наблюдений, экспериментов. При этом редактору следует учитывать, по крайней мере, два обстоятельства:

Во-первых, то, что показания органов чувств человека ввиду своей ограниченности не могут обеспечить познание всех свойств объективного мира. Поэтому в познавательных целях должны использоваться специальные приборы. Однако и они могут иметь ограниченные технические возможности (например, по порогам чувствительности, разрешающей силе, пропускной способности, условиям помехозащищенности), вследствие чего определенные свойства и характеристики изучаемых объектов могут быть определены с различной степенью полноты и достоверности.[[40]](#footnote-40)

Во-вторых, в науку, как известно, результат наблюдения или эксперимента никогда не входит в качестве собрания отдельных фактов. Фактографическая информация, зафиксированная в протоколах эмпирических наблюдений, должна быть накоплена в оптимальном количестве и обработана с использованием соответствующих методик, чтобы стать научной информацией и войти в систему научных знаний.

Оба названных обстоятельства требуют от редактора бдительного отношения к оценке эмпирических результатов.

Далее нужно учитывать, что по мере развития исследования информация, содержащаяся в фактах, подвергается исследователем (иначе – автором) оценке, переработке, в результате чего создается эмпирический базис теории. Количественное увеличение информации и ее уплотнение в фактах посредством их логической обработки, преобразование фактов в эмпирический базис теории являются основой, на которой строятся научные абстракции.

В тексте статьи развитие научной теории может быть изложено следующим образом. Сначала может быть представлено несколько взаимосвязанных логических высказываний о фактах и высказываний, объясняющих факты. Затем с опорой на результаты экспериментов, наблюдений и т.д. могут быть сформулированы новые факты. После этого могут быть сделаны новые теоретические объяснения, из которых выведены новые высказывания о фактах (новые факты).

Для редактора научной статьи из этого вытекает важный практический вывод. Он состоит в том, что при оценке высказываний, суждений, умозаключений, абстракций, теорий нужно исходить из того, что они должны быть основаны на научных фактах, наполненных конкретным содержанием, в котором аккумулируются результаты наблюдений и ранее накопленная обществом научная информация, и вместе с тем сами должны содержать фактографическую информацию.[[41]](#footnote-41) Данное методологическое требование справедливо и для случаев интуитивного научного творчества, поскольку возможность получения новых научных результатов на основе интуитивных решений должна быть обусловлена уровнем предшествующего знания в определенной области науки, а также личным опытом исследователя (автора статьи).

Высший уровень научного знания образует теория, отличительным признаком которой является целостность. Теория всегда представляет собой единую систему знаний об объекте или явлении. В ходе редактирования статьи, в которой излагается научная теория, требуется тщательно проанализировать характеристику компонентов теории, определить ее тип, специфику развертывания ее содержания. При этом следует руководствоваться общенаучными требованиями к теории как высшей форме научного знания.

Наряду с теорией в содержании научной статьи находят отражение и такие формы научного знания, как законы науки, классификации, типологии.

Закон в научной статье выражает существенное, устойчивое и повторяющееся отношение между предметами. Как показывает практика, сведения, относящиеся к законам, наиболее целесообразно включать в текст при обосновании истинности авторской концепции, изложении теории и путей претворения ее в практику.

Научные классификации, составляющие основу содержания научных статей, дают возможность зафиксировать закономерные связи между предметами и явлениями, позволяют подытожить результаты развития той или иной области научного познания. Создание классификации – непременное условие перехода от эмпирического накопления фактов к их теоретическому исследованию.

Работая над научной статьей, редактор обязан учитывать еще и следующее: в науке возможно положение, при котором новое знание нередко рождается еще до того, как исследователь находит доказательство его достоверности. Ученый выдвигает идею, которая может следовать или не следовать с логической необходимостью из имеющегося знания. Источником этого обычно является практика, развитие которой порождает потребность в новом знании. Новые идеи обычно имеют вероятностный, гипотетический характер. В них соединяются два момента: истинное отражение действительности и возможные формы ее преобразования. Идеи и гипотезы несут в себе смысловую информацию, которая служит как бы потенциальной энергией для проведения новых научных исследований.

Таким образом, при редакторском анализе уровня разработки темы в содержательности научной статьи нужно считаться еще и с тем, что процесс научного исследования может иметь вероятностный и невероятностный характер. Принципиально невероятностными формами являются теории – чисто вероятностными – гипотезы. Суждения, умозаключения, понятия могут быть как той, так и другой формы. При этом характеристикой доказательности является достоверность, которую нужно рассматривать в связи с оценкой авторских приемов ее обоснования.

Ввиду многообразия информации, представляемой в научных статьях, от редактора требуется, чтобы он дифференцированно подходил к ее оценке. Основополагающим должно быть требование, чтобы каждый факт, каждый элемент содержания авторского оригинала статьи имел научное, объективное объяснение. Это является необходимой предпосылкой для того, чтобы информация воспринималась читателем как достоверная и точная. Однако нельзя забывать, что при всей достоверности и точности, приводимых в статье сведений они могут оказаться недостаточными для того, чтобы характеризовать явление, событие, проблему в целом. Поэтому необходимо, чтобы факты были к тому же не случайными и не частными. Они должны быть достаточно представительными и в совокупности с необходимой полнотой всесторонне характеризовать предмет содержания статьи. При этом следует учитывать свойство старения информации в зависимости от области научного знания, используя его в качестве критерия оценки новизны фактического материала.[[42]](#footnote-42)

Основные задачи, решаемые редактором при работе над фактическим материалом, следующие:

1. Оценка фактов с позиций соответствия их методологическим требованиям (факты должны представлять собой определенную, достаточно представительную совокупность, взяты в целом во взаимосвязях и развитии);
2. Анализ и оценка оптимальности числа однородных фактов и их ранжирования в соответствии с «весовой» значимостью;
3. Оценка точности и достоверности фактов;
4. Оценка новизны.

Перечисленные задачи решаются редактором и при работе над статьями информационного жанра. Другое дело, что в информационной статье делаются иные акценты на использование фактического материала: факты выполняют главным образом информативные функции. Анализируя и оценивая информационную статью с фактической стороны, редактор устанавливает, достаточно ли приводимых фактов, чтобы можно было составить ясное и полное представление об описываемом событии, явлении, предмете. Могут ли они убедить читателя своей наглядностью, яркостью, правдивостью; насколько они доступны для восприятия; будут ли они воздействовать на сознание или на чувства читателя.

Природа фактических ошибок, проникающих в печатный текст, чаще всего связана с характером сведений, способом изложения материала и с тем, как редактор относится к их выявлению. Наряду с общими практически для любого текста сведениями, которые могут быть носителями фактических ошибок, такими как даты, фамилии и имена, различного рода названия, единицы величин и их числовые значения, различные ссылки и т.п. Научные статьи могут иметь ошибки, скрытые в авторских формулировках, рассуждениях, обоснованиях, исходных посылках, тезисах и т.д. Ошибок в опубликованных статьях можно избежать, если редактор проявит должную бдительность, усердие и принципиальность в процессе анализа и оценки рукописи и проведет необходимые проверки фактического материала.

Основными приемами при решении данной задачи могут быть проверка фактов по источникам, проведение расчетов, использование мнения компетентных специалистов (рецензентов), что имеет особое значение, когда редактируемая статья отражает результаты новейших исследований. Возможны также такие приемы, как соотнесение фактов, присутствующих в статье, с другими аналогичными фактами, известными из других источников; сопоставление и идентификация фактов, приводимых в различных структурных элементах текста и в нетекстовых элементах (таблицах, формулах, под иллюстрациями).

В современных условиях, когда научные тексты изобилуют терминами на иностранных языках, упоминание фамилий зарубежных авторов, названий фирм, изделий и т.п., большое значение приобретает правильность их написания. С этой целью приходится пользоваться правилами практической транскрипции, если нужно написать слово на русском языке, или писать его на языке оригинала. При проверке фактического материала нужно также обращать внимание на используемые в текстах аббревиатуры и акронимы. Эти виды сокращений довольно-таки часто присутствуют в текстах научных и информационных статей. Оценивая их, редактор следит за тем, насколько ясен смысл сокращений с учетом контекста и не затрудняют ли они понимание содержания.

Особой формой фактического материала являются цитаты. Перед редактором статьи, особенно обзорной, обычно не стоит вопрос об их принципиальной необходимости. Поскольку наука развивается на основе преемственности, цитирование результатов исследований, проведенных предшественниками, бывает часто неизбежным. Цитаты могут служить основой, опираясь на которую автор развивает свои теоретические положения. Отталкиваясь от их содержания, можно создать систему убедительных доказательств, необходимых для объективной характеристики рассматриваемого явления и для формирования выводов. Цитаты могут использоваться и для подтверждения отдельных суждений, которые приводит автор статьи, а также для обоснования вероятностных заключений.[[43]](#footnote-43)

Во всех случаях число используемых цитат должно быть оптимальным. От редактора требуется установить, уместно ли их применение в конкретном контексте, нет ли в них искажений смысла цитируемого источника. Причины искажений могут быть различными. В одних случаях из источника могут быть взяты слова, которые не определяют сути взглядов его автора. В других – цитата ограничивается словами, которые содержат только часть мысли, например ту, которая отвечает интересам автора редактируемой статьи. В-третьих, в цитате излагается точка зрения не на тот предмет, который рассматривается в анализируемом тексте. Возможны и иные смысловые неточности при цитировании. Искажение смысла может быть и в тех случаях, когда наряду с прямым цитированием в статье используется перифраза.

Основным в редакторской проверке цитируемого материала является установление его содержательного и формального (пословного и побуквенного) соответствия первоисточнику, а также наличия ссылок и их точности.

Редактируя статью (особенно научную), важно помнить, что для получения достоверных результатов недостаточно только того, чтобы был достоверным, точным, соответствующим методологическим требованиям фактический материал. Нужно, чтобы сами рассуждения автора статьи были логически правильными, в противном случае излагаемые в статье результаты могут оказаться неубедительными или даже ложными. Внимание редактора должно быть обращено на взаимосвязанность, неразрывность анализа и синтеза фактического материала в статье, то есть как раз на то самое, о чем говорилось выше в связи с методологическими требованиями рассматривать факты в совокупности, взаимной связи и динамике. Следуя за автором, редактор оценивает, как осуществлены отбор фактов, их сопоставление, объяснение, интерпретация, синтезирование, на какой основе строятся рассуждения и обоснования, на что опираются заключительные выводы.

Все сказанное подводит к пониманию того, что анализ и оценка уровня разработки темы, включающие анализ и оценку содержания и, в частности, фактического материала, неразрывно связаны с работой редактора над структурой статьи, иными словами – над ее построением, или композицией.

### 2.4 Роль редактора на подготовительном этапе издательского процесса

Тематика научных изданий разнообразна настолько, насколько разнообразна сама наука. Вследствие ее универсального, энциклопедического характера она охватывает все направления естественных, общественных, технических и гуманитарных отраслей знания. Однако на практике редактору приходится заниматься подготовкой изданий в пределах определенной научной отрасли или даже конкретной тематической группы. И это обусловливает его цели при выявлении наличных в продаже или в информационных потоках книг, а также при изучении, анализе и оценке читательских потребностей.
При рассмотрении книг, имеющихся в торговой сфере, существенное значение имеет учет того, что научная информация и соответственно научные книги имеют свойство старения, которое связывается с отраслью науки и со временем, прошедшим после их написания. Более быстрому старению подвержены книги в ускоренно развивающихся научных областях, таких, как физика, химия. В настоящее время идет процесс активного обновления информации в биологии и отдельных областях общественных наук. В стабильных отраслях науки (математике, ботанике, зоологии, географии) содержательная значимость книг может сохраняться относительно продолжительное время – вплоть до нескольких десятков лет. Из этого следует, что не всякая научная книга, которая расходится медленно, должна считаться безнадежной с точки зрения ее реализации, можно считать, что рано или поздно она будет востребована читателем. На основе продажи книг, имеющих большой жизненный цикл, издательский редактор получает возможность увидеть, каким авторским оригиналам, имеющимся в портфеле, отдать предпочтение.

Тематика научных изданий и интенсивность их выпуска зависят от развития науки, определяются социальной значимостью научной книги и особенностями коммуникаций в научной сфере. В научных коммуникациях имеется определенная взаимообусловленность между потребительским спросом на научную книгу, с одной стороны, и состоянием науки и положением самих ученых – с другой. Отсутствие условий для развития науки, упадок научно-исследовательской деятельности, невостребованность обществом ее результатов ведут к снижению потребностей в научной книге. Вместе с тем снижаются количественные показатели в области научного книгопроизводства. Знание редактором научной обстановки по профилю издательства (редакции) – необходимое условие для принятия решения, какую книгу нужно издавать, а также для поиска автора или рукописи. Прямое отношение к этому имеет установление связей с научно-исследовательскими коллективами.[[44]](#footnote-44) Известно, что завершающим этапом научных исследований и способом реализации полученных результатов могут быть подготовка и выпуск научных трудов. Отсюда важно, чтобы уже на доиздательской стадии у редактора была соответствующая информация по этому вопросу с указанием срока представления в издательство авторского оригинала произведения, его жанрово-видовых, объемных и других характеристик и особенностей. Важное значение могут иметь заблаговременные контакты с авторами работ, намечаемых к опубликованию по планам исследований.

Когда решается вопрос, что публиковать, издательство, даже если оно имеет возможность формировать портфель из рукописей, подготовленных по планам научных исследований, ведет поиск авторов и оригиналов произведений, опираясь на знание ситуации в системе научных коммуникаций.

На подготовительном этапе, да и во все последующее время вплоть до реализации изданной книги редактору необходимо быть в курсе соответствующей научной отрасли. Успех работы во многом зависит от того, как часто редактор присутствует при рассмотрении научных вопросов на конференциях, симпозиумах и т.п., следит за выпуском научных изданий другими издательствами, просматривает специальные периодические издания, каталоги, библиографические и другие указатели («Книги в печати», прайс-листы и т.д., включая интернета). Все это позволяет редактору как можно ближе находиться к эпицентру научных событий и научного книгоиздания. Редактору приходится постоянно проявлять пристальное внимание к информации, которая может иметь отношение к издательским планам и судьбе книги, начиная с ее замысла, формирования концепции и до реализации. Если редактор посвятил себя какой-либо научной дисциплине, то он должен неустанно пополнять запас знаний, быть в курсе развития науки. Знание ситуации в данной отрасли науки – тенденции, научно-исследовательские центры, крупные имена, кто из ученых, чем занят в текущее время – все это является главным ресурсом издательского редактора. Сюда относится также задача неуклонного расширения сети деловых, творческих контактов. Умение создать такую сеть является, по существу, наиболее важной чертой в аттестации редактора. Редактор должен уметь сформировать круг рецензентов и консультантов, к которым он мог бы обращаться за информацией о новых направлениях в развитии данной науки. Это должны быть люди достаточно квалифицированные, способные оценить пригодность представленной рукописи к изданию. Их квалификацию отличает не только знание предмета, но и способность более или менее объективно прокомментировать работу по отдельным критериям так, чтобы сквозь сделанные оценки не слишком проявлялись научные пристрастия рецензента. Идеальный рецензент кроме анализа должен также дать рекомендации, которые помогут сделать из рукописи книгу с хорошим спросом. Круг рецензентов и консультантов редактор со временем совершенствует и расширяет. Это объект его постоянных забот. Рецензенты и консультанты представляют собой наиболее распространенный источник сведений о материалах для опубликования, который не идет в сравнение с самотеком инициативных предложений. Именно эти люди, будучи специалистами в своей области, часто являются источниками информации об удачных рукописях.

Научная сфера характеризуется тем, что научные работники, с одной стороны, как читатели (потребители информации) заинтересованы в новых изданиях, с другой – в силу своей профессиональной специфики заинтересованы в том, чтобы результаты их научных исследований стали достоянием коллег, вошли в сферу научно-информационного обращения. И тут они выступают в роли авторов. Научная работа проводится по социальному заказу, в соответствии с потребностями общества, и потому ее исполнитель хочет, чтобы результаты исследования получили признание и оценку в научном сообществе и послужили становлению и укреплению его научного престижа и авторитета.[[45]](#footnote-45) Это естественное желание каждого человека творческого труда побуждает научного работника обращаться в издательство, имена маститых авторов, конечно же, должны быть известны редактору и содержаться в его списке наряду с названиями книг, которые собираются для внесения в тематический план. По сути, эти имена должны входить в тот список, в котором находятся консультанты и рецензенты, составляющие редакторский актив. Авторы уже опубликованных книг, известные ученые, которые сотрудничают с данным издательством, а также коллеги редактора из других издательств – все они являются ценным источником поступления рукописей, заслуживающих опубликования.

Очевидно, что рукопись много публиковавшегося автора или члена какого-нибудь престижного научного коллектива для редактора более благонадежна и потому может быть принята им более благожелательно, чем рукопись работы молодого, прежде не печатавшегося претендента на положение ученого. Тем не менее, редактор должен быть готов к рассмотрению неожиданных предложений, поступающих от людей, которые лишь начинают свою научную деятельность. Конечно, тут редактору приходится учитывать, что книга подобного автора может не скоро найти покупателя. Однако редактору следует смотреть с более общих позиций и с учетом перспективы. Без привлечения свежих творческих сил и открытия талантливых авторов трудно рассчитывать на успешную перспективную деятельность. На то у редактора рецензенты и консультанты из числа специалистов, хорошо знающих современное состояние в данной отрасли науки и способных оценить возможности молодого автора, представленную им рукопись. У редактора есть еще одна возможность – получить отзыв научного руководителя, который бывает, как правило, у каждого начинающего работу на научном поприще. Таким образом, на формирование репертуара научной книги оказывают влияние:

1. Ее природа, которая обусловлена тем, является авторский оригинал результатом плановых исследований или выполняется по заказу издательства либо по инициативе автора;
2. Ситуация в читательской среде (в системе научной коммуникации);
3. Наличие книг в сфере обращения, в том числе в продаже;
4. Финансовые, экономические и материальные возможности и условия, поскольку редактор не может забывать о рентабельности издания.

Издательский репертуар научной книги обусловлен как объективными, так и субъективными факторами. Научная книга порождается наукой, является средством отражения научного познания и необходима для развития науки.

Работа редактора на подготовительном этапе имеет преимущественно организационно-маркетинговый характер, конечной целью которого является составление списка произведений, достойных включения в тематический план. В зависимости от характера издательства, его состава и возможностей эта работа может проводиться не только непосредственно редактором, но также маркетинговой службой издательства, от которой редактор может получать исходную информацию.[[46]](#footnote-46) Обсуждение результатов маркетингового исследования не менее важная задача, поскольку от ее решения зависят проработка концепции и судьба книги. Целесообразность подготовки и выпуска научного издания может быть поставлена под сомнение по разным причинам: мало или нет средств, низкие покупательские возможности, трудности с материалами и т.д. Издательский редактор – первый и единственный, кто знает будущую книгу изнутри, поэтому его слово должно быть решающим. Результаты организационно-маркетиноговой работы редактора, проделанной на подготовительном этапе, составляют основу тематического плана. Тематическое планирование в системе научного книгоиздания определяется общими принципами издательской работы, современными условиями отечественного книгоиздания, которые характеризуются рыночными отношениями, особенностями природы научной книги, а также ее социальной ролью.

Тематический план[[47]](#footnote-47) – это программа, которая имеет важное значение для формирования и развития научных коммуникаций, создания основ научно-информационной деятельности и информатизации общества. Планом определяются основное содержание, направление, объем и временные показатели работы издательства, состав авторов, редакторов, художников и других издательских специалистов, участвующих в создании научной книги. В недалеком прошлом подготовка и выпуск научного издания занимали по нескольку лет. Ныне этот процесс длится всего несколько месяцев. Объем издания 77 п.л. в формате 60х84/8(659 с.). В книге более 800 черно-белых и цветных иллюстраций. Редакционно-издательский процесс от приема авторского оригинала до выхода издания в свет занял менее четырех месяцев. Это стало возможным, прежде всего благодаря начатой в 70-е годы коренной перестройке редакционно-издательского процесса на основе его рационализации, внедрения современных технических средств и перераспределения функций между типографией и издательством. Вследствие этого допечатные процессы стали выполняться в издательстве и к тому же на новом, более высоком уровне по качеству и в более короткие сроки. Новые возможности в ускорении выпуска книги открываются в связи с внедрением цифровых технологий, обеспечивающих передачу текста с компьютера непосредственно на печать. Ускорения выпуска издания в свет можно добиться, если не доводить дело до переработки (совершенствования) авторского оригинала после поступления его в издательство. Нужно стремиться к тому, чтобы от автора поступал оригинал произведения, максимально соответствующий по оформлению издательскому. В настоящее время получает распространение практика представления в издательство оригинал-макетов на дискетах с распечаткой на бумаге. Для этого весьма целесообразно заблаговременно консультировать авторов и обеспечивать их редакционными рекомендациями, как нужно подготавливать сдаваемые в издательство оригиналы. В современных условиях книгоиздания особую значимость приобретает оперативное тематическое планирование. Его результаты оформляются планом редакционно-подготовительных работ и планом выпуска. Первый обычно включает названия авторских оригиналов произведений, которые должны поступить в издательство в течение года, и является, по сути, основой для плана выпуска. Последний составляется, как правило, поквартально и содержит перечень отредактированных авторских оригиналов. Будучи тиражированным, тематический план выпуска выполняет важные оповестительно-рекламные функции. Планирование должно предусматривать непрерывность и оптимальное распределение объемов работ ведущего и научного редакторов, технического редактора, художников, корректоров и других участников редакционно-издательского процесса. Необходимо также учитывать нормативные переходящие запасы редакционного и производственного портфелей.[[48]](#footnote-48) Редактору принадлежит большая роль в тематическом планировании. Успех зависит от результатов маркетинга на подготовительном этапе. Каким бы путем ни была получена исходная информация – непосредственно редактором или через специалистов маркетинговой службы издательства, – редактор является первым и основным выразителем читательских интересов. Он главное звено в цепи, которое связывает автора с читателем, и главный специалист в технологии редакционно-издательского процесса, продуктом которой является книга. На этапе формирования издательством планов от редактора требуется всестороннее обоснование предложений и доказательства целесообразности издания той или иной книги с учетом ее социальной значимости, соответствия читательским потребностям и рентабельности, особенно когда речь идет о рукописях, выполненных не по плану научных исследований, а поступающих непосредственно от авторов, к тому же малоизвестных. После того как планы утверждены, целесообразно план выпуска довести до читателей. Рекламно-информационная работа должна оставаться в поле зрения редактора вплоть до выхода издания в свет. Научная книга обычно не рекламируется в массовых рекламных изданиях – газетах, журналах и т.п., наряду с объявлением в тематических планах, о ней принято сообщать и в других научных книгах, выпускаемых раньше нее. Специфика тематического планирования в области научного книгоиздания, учитывает, как выполнен авторский оригинал: по плану научно-исследовательских работ, по личной инициативе автора или по заказу издательства. Это сказывается на юридических отношениях издательства с автором и учитывается при оформлении договора. Если авторский оригинал является заключительным этапом планового научного исследования, то есть, выполнен в служебном порядке, то договора между издательством и автором может не быть и их взаимоотношения могут строиться в соответствии с соглашением между издательством и научно исследовательским учреждением, в котором работает автор.[[49]](#footnote-49) В случае представления в издательство оригинала (оригинал-макета), подготовленного по инициативе автора, с ним может быть заключен договор на издание произведения. Когда издательство принимает заявку автора или заказывает автору написание произведения, с ним может быть заключен договор-заказ.

То, как создается и поступает в издательство авторский оригинал произведения, имеет весьма важное значение при приеме и оценке его редактором. Авторский оригинал, выполненный по плану НИР, обычно рассматривается и обсуждается в научных коллективах и при предоставлении в издательство сопровождается рецензиями, а также, возможно, выпиской из протокола обсуждения. В этом случае задача редактора сводится к рассмотрению всего комплекта поступивших материалов и подготовке предложений для редакционной коллегии (совета) и руководства редакции (издательства). Оригинал произведения, поступивший непосредственно от автора, рассматривается редактором традиционным порядком, сложившимся в практике редактирования, который включает предварительную оценку, написание редакторского заключения, рецензирование (при необходимости) и т.д.

Издательскому редактору приходится иметь дело главным образом с подготовкой и выпуском научных монографий и сборников научных трудов, которые могут выходить однократно или в составе серий. В любом из этих вариантов редактор работает над подготовкой отдельного издания. Каким быть конкретному изданию, определяется совокупностью факторов, с учетом которых формируется концепция издания. При ее разработке редактор, прежде всего, исходит из общих методологических положений теории и практики редактирования, оценивает литературное произведение. Он принимает во внимание предмет содержания, целевое назначение, читательский адрес произведения, его замысел и трансформирует все это на издание. Применительно к научному изданию предметом содержания в общем случае являются проблема или научная задача, для решения, которых предпринимается исследование.[[50]](#footnote-50) В конкретном варианте это может быть также какое-либо событие, явление природы, техническое устройство, технологический прогресс и многое другое.

Работа редактора над концепцией научного издания направлена на то, чтобы сформулировать целостную информационную систему, состоящую из органически связанных между собой литературного произведения и аппарата. При этом в содержании и структуре издания должны быть отражены все составляющие научного исследования. Данное требование обязывает редактора всесторонне анализировать и оценивать в первую очередь научное произведение как основу издания.[[51]](#footnote-51) Разработка концепции научного издания, опирающаяся анализа литературного произведения, является условием, которое позволяет редактору сформулировать мысленную модель будущего издания и оценить его соответствие целевому назначению и читательскому адресу. Концепция должна предусматривать наряду с выбором вида издания необходимые действия по его созданию и оформлению, включать расчеты по срокам изготовления и по стоимости. Концепция – основа проекта, и конструирования издания.

### Заключение

В каждом отдельном случае издатель и автор выбирают и согласуют оригинальный текст авторского договора. Следует отметить, что авторский договор не обязательно представляет собой единый документ. Он может включать и различного рода дополнительные соглашения. Издательский процесс можно условно разделить на четыре этапа:

Подготовительный этап – от составления тематического плана до представления автором рукописи в издательство. На этом этапе редактор участвует в составлении и обсуждении тематических планов, ведет переговоры с возможными авторами по данной теме, работает нал проспектом (планом) будущей книги, просматривает по просьбе автора части подготовительной работы, помогая ему преодолевать возникшие затруднения.

Редакционный этап – от предоставления автором рукописи в издательство до сдачи ее в производственный отдел. На этом этапе решается вопрос об одобрении рукописи, осуществляются ее оценка и рецензирование, а также редактирование и подготовка к изданию.

Производственный этап – от поступления оригинала в производство до изготовления тиража. Все производственные, типографские процессы проходят под наблюдение и контролем редактора, который несет главную ответственность за качество выпускаемого издания.

Заключительный этап – распространение и реклама книги.

В результате проведенных исследований получили следующий результат:

В первой главе дипломной работе были рассмотрены такие темы, как: анализ рынка, подбор авторов и заключение издательского договора, также контроль над написанием произведения.

Во второй главе дипломной работе были рассмотрены: общие положения редакторской подготовки над изданием, виды авторских оригиналов, методика оценки авторского оригинала и роль редактора на подготовительном этапе издательского процесса. Далее был сделан расчет себестоимости, определение номинала, отпускной цены и рентабельности на примере издания.

 При рассмотрении книг, имеющихся в торговой сфере, существенное значение имеет учет того, что научная информация и соответственно научные книги имеют свойство старения, которое связывается с отраслью науки и со временем, прошедшим после их написания. Более быстрому старению подвержены книги в ускоренно развивающихся научных областях, таких, как физика, химия. В настоящее время идет процесс активного обновления информации в биологии и отдельных областях общественных наук. В стабильных отраслях науки (математике, ботанике, зоологии, географии) содержательная значимость книг может сохраняться относительно продолжительное время – вплоть до нескольких десятков лет.

### Расчет себестоимости, определение номинала, отпускной цены и рентабельности на примере издания:

### «Дипломатия греха»

Формат 84x108/32

Печатных листов 25

Условных печатных листов 16,8

Тираж 10 000 экз.

**Расчет авторских листов:**

**1855** знаков на 1 развороте х 320 страницу = **593 600** во всей книге

593 600 знаков:40 000 = **14,84 – авторских листов – условно печатных листов**

60х90:84х108 = **1,68** переводной коэффициент

17 х 1,68 = **28,22**– **печатных листов**

25:2 = **12,5** – **бумажных листов**

10000 х 12.5 = 800 бумажных листов

Приладка и печать 2%

Подрезка и переплет 1,5%

Итого: 2% + 1,5% = **3,5%**

800:100 = 8

8 х 3,5% = **0,28** – бумажных листов

12,5+0,28=**12,78** – бумажных листов на тираж

**Расходы на авторский гонорар:**

Ставка авторского гонорара за 1 авторский лист – 2 500 рублей

Гонорар за 2,4 авторских листов составит:

14,84 x 500 = **37 100** рублей

**Отчисления:**

Пенсионный фонд 28% x 37100= 10388 рублей

Фонд обязательного страхования 3,6% x 37100 = 1 336 рубля

**Итого:** гонорар автору составит 37 100 + 10 388 + 1 336 = **38 824** рубля

**Расход гонорар художнику**

Гонорар художнику (за обложку) 15 000 рублей по договору:

**Отчисления:**

Пенсионный фонд 28% x 15 000 = 4 200 рублей

Медицинского страхования 3,6% x 15 000 = 540 рублей

Художественный фонд 2% x 15 000 = 300 рублей

**Итого:** гонорар художнику составит 15 000 + 4 200 + 540 + 300 = **20 040** рубля

**Типографские расходы**

По договору с типографией стоимость типографских работ приходиться на 1 экземпляр книги составляет 50 рублей.

Тираж 10 000 экземпляров

10000x50=**500 000** рублей платит издательство типографии за работу.

**Расчет расхода на бумагу**

Количество печатных листов = 25

Количество бумажных листов = 12,5

Тираж 10 000

12,5 х 10 000 = 125 000 бумажных листов надо на тираж.

Необходимо также прибавить отходы в размере 2%. Таким образом, получим 125000 + 2% = 127500 бумажных листов.

1000 бумажных листов стоит 446 рублей. Получаем, что:

125 000:1 000х446 = **59 415** рублей необходимо на бумагу.

**Расчет картона**

Формат 84х108/32

84 : 4 = 21

108: 4 = 27

21х27 до обрезки

21 – 0,5 =20,5

27 – 1 = 26

20,5х26 после обрезки

Картонные сторонки

26 + 0,6 = 26,6 см

Формат картонной сторонки

20,5х26,6

4 х 4 = 16 картонной сторонки

16: 2 = 8 книг с 1 картонным листом

Тир. 10 000: 8 = 1 250 карт.

1250:100 = 12,5 листа

1 250 + 12,5 =1 262,5 –округляем до 1 263

1 263х20 руб. = **25 260 рублей**

**Расходы редакционные:**

На 1 учетный печатных лист по бизнес плану издательства на 2010 составит 15 рублей

Чтобы получить половину условного печатного листа нужно:

16,8: 2 = 8,4

15 х 8,4 условно печатных листов = **126** рублей

**Общеиздательские расходы:**

На 1 учетно-издательский лист по бизнес плану издательства на 2010 год составит 10 рублей

10 х 14,84 = **148,4** рублей

**Общеиздательская себестоимость:**

1. Гонорар автору
2. Гонорар художнику
3. Расходы типографские на тираж
4. Расходы на бумагу переплетные материалы
5. Издательские
6. Редакционные расходы
7. Общеиздательские и разделить на тираж – 10 000 экз.

**Общеиздательская себестоимость**

48 824 +20 040 + 500 000 + 59 415+ 25 260 +126 + 148,4 = 653 813,4 рублей – 2% = 13 076,3 коммерческие расходы составляют 2% от общеиздательской себестоимости

 (от 2%–5%)+2%

13 076,3 + 65 318,4 = **78 394,7** рублей – полная себестоимость

**Определение прибыли и отпускной цены:**

Себестоимость 1 экземпляра издания составит:

78 394,7: 10 000=**7,84** рубля – 1 экземпляр

Отпускная цена издательства составит:

Оптовая цена + НДС

Оптовая цена = себестоимость + рентабельность

30% – рентабельность

7,84 – 100%

Х – 30%

7,84 х 30: 100% = 2,35 рубля

7,84 +2,35 = **10,19** рублей – оптовая цена

Поскольку книжная продукция не облагается НДС (кроме рекламы и эротики), то отпускная цена равна оптовой.

### Список использованной литературы

1. Глумаков, В.Н. Подготовка рукописи к изданию [Текст] / В.Н. Глумаков. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 160 с.
2. Основные стандарты по издательскому делу [Текст]: (сборник) / сост. А.А. Джиго, С.Юю Калинина. – М.: Университетская книга, 2009. – 326 с.
3. Джилл, Д. Отбор и оценка рукописей [Текст] / Д. Джилл. – М.: Университетская книга, 2008. – 227 с.
4. Каган, Б.В. Словарь полиграфических терминов [Текст] / Б.В. Каган. – М.: Репроцентр М, 2005. – 588 с.
5. Калинина, Г.П. Выходные сведения изданий. Правила и примеры по ГОСТ 7.0.4-2006 [Текст] : учеб. пособие / П.Г. Калинина. – М.: МИПК, 2007. – 140 с.
6. Колесников, Н.П. Практическая стилистика и литературное редактирование [Текст] : учеб. пособие / Н.П. Колесников. – М.: МарТ, 2003. – 192 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] : пер. с англ / Ф. Котлер. – 2-е изд. – М.: Издательский дом Вильяме, 2006. – 994 с.
8. Мартынова, О.В*.* Основы редактирования [Текст] / О.В. Мартынова – М.: Академия, 2004. – 128 с.
9. Маркус, В.А. Справочник нормативных материалов для издательских работников [Текст] / В.А. Маркус – М., 1977. – 153 с.
10. Мильчин, А.Е. Справочник издателя и автора [Текст] / А. Мильчин. – 3-е изд. – М.: Изд-во Артемия Лебедева, 2009. – 1084 с.
11. Накорякова, К.М. Справочник по литературному редактированию для работников средств массовой информации [Текст] / К.М. Накорякова – М.: Флинта: Наука, 2010. – 200с.
12. Основные стандарты по издательскому делу [Текст] : (сборник) / сост. А.А. Джиго. – 2-е изд. и доп. – М.: Университетская книга, 2010. – 368 с.
13. ПРИНТ-МЕДИА БИЗНЕС [Текст] : учебник / Фрэнк Романо и др.; под ред. Б.А. Кузьмина. – М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. – 456 с.
14. Редакторская подготовка изданий [Текст] : учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, и др. – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с.
15. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с.
16. Сбитнева, А.А. Литературное редактирование [Текст] : история, теория, практика / А.А. Сбитнева. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 208 с.
17. http://pravkniga.ru/sozdatknig.html?id=505
18. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19
19. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm
20. http://lib.pomorsu.ru/elib/text/biblio/oformlenie\_lit.htm
1. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. [Текст] : пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2006. – С. 994. [↑](#footnote-ref-2)
3. http://pravkniga.ru/sozdatknig.html?id=505 [↑](#footnote-ref-3)
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. [Текст] : пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2006. – С. 994. [↑](#footnote-ref-4)
5. http://pravkniga.ru/sozdatknig.html?id=505 [↑](#footnote-ref-5)
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. [Текст] : пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2006. – С. 994. [↑](#footnote-ref-6)
7. http://lib.pomorsu.ru/elib/text/biblio/oformlenie\_lit.htm [↑](#footnote-ref-7)
8. Мильчин, А.Е. Справочник издателя и автора [Текст] / А. Мильчин, Л. Чельцова – 3-е изд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2009. – 1084 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. http://pravkniga.ru/sozdatknig.html?id=505 [↑](#footnote-ref-9)
10. Мильчин, А.Е. Справочник издателя и автора [Текст] / А. Мильчин, Л. Чельцова – 3-е изд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2009. – 1084 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Мильчин, А.Е. Справочник издателя и автора [Текст] / А. Мильчин, Л. Чельцова – 3-е изд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2009. – 1084 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-12)
13. Маркус, В.А. Справочник нормативных материалов для издательских работников [Текст] – М.: 1977. – 153 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-14)
15. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-16)
17. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-17)
18. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-18)
19. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-19)
20. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-20)
21. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-21)
22. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-22)
23. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-23)
24. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-24)
25. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. С.Г. Антоновой, [Текст] : – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с. [↑](#footnote-ref-25)
26. ПРИНТ-МЕДИА БИЗНЕС [Текст] : учебник / Фрэнк Романо; пер. с англ. М. Бредис, В. Вобленко, Н. Друзьева; под ред. Б.А. Кузьмина. – М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. – 456 с. [↑](#footnote-ref-26)
27. ПРИНТ-МЕДИА БИЗНЕС [Текст] : учебник / Фрэнк Романо; пер. с англ. М. Бредис, В. Вобленко, Н. Друзьева; под ред. Б.А. Кузьмина. – М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. – 456 с. [↑](#footnote-ref-27)
28. Калинина, Г.П. Выходные сведения изданий. Правила и примеры по ГОСТ 7.0.4-2006. [Текст] : учеб. пособие / П.Г. Калинина; Моск. изд. – полиграф. колледж им. Федорова. – М.: МИПК, 2007. – 140 с. [↑](#footnote-ref-28)
29. ГОСТ 7.4-95 Оригиналы текстовые, авторские и издательские. Общие требования [↑](#footnote-ref-29)
30. ГОСТ 7.9-95 Реферат и аннотация. Общение требования [↑](#footnote-ref-30)
31. ГОСТ 7.1-84 Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления [↑](#footnote-ref-31)
32. ГОСТ 7.89-2005 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Оригиналы текстовые авторские и издательские. Общие требования [↑](#footnote-ref-32)
33. Калинина, Г.П. Выходные сведения изданий. Правила и примеры по ГОСТ 7.0.4-2006. [Текст] : учеб. пособие / П.Г. Калинина; Моск. изд. – полиграф. колледж им. Федорова. – М.: МИПК, 2007. – 140 с. [↑](#footnote-ref-33)
34. Калинина, Г.П. Выходные сведения изданий. Правила и примеры по ГОСТ 7.0.4-2006. [Текст] : учеб. пособие / П.Г. Калинина; Моск. изд. – полиграф. колледж им. Федорова. – М.: МИПК, 2007. – 140 с. [↑](#footnote-ref-34)
35. ГОСТ 7.89-2005 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Оригиналы текстовые авторские и издательские. Общие требования [↑](#footnote-ref-35)
36. ГОСТ 7.89-2005 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Оригиналы текстовые авторские и издательские. Общие требования [↑](#footnote-ref-36)
37. http://window.edu.ru/window\_catalog/pdf2txt?p\_id=10280&p\_page=19 [↑](#footnote-ref-37)
38. http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook082/01/part-003.htm#i156 [↑](#footnote-ref-38)
39. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm [↑](#footnote-ref-39)
40. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm [↑](#footnote-ref-40)
41. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm [↑](#footnote-ref-41)
42. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm [↑](#footnote-ref-42)
43. http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/rper-izd021.htm [↑](#footnote-ref-43)
44. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-44)
45. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-45)
46. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-46)
47. Каган, Б.В. Словарь полиграфических терминов. [Текст] / С.И. Стефанов, Б.В. Каган – М.: Репроцентр М, 2005. – 588 с. [↑](#footnote-ref-47)
48. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-48)
49. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-49)
50. Рябинина, Н.З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания [Текст] : конспект лекций / Н.З. Рябинина. – М.: МГУП, 2006. – 104 с. [↑](#footnote-ref-50)
51. Мартынова, О.В*.* Основы редактирования [Текст] – М.: Академия, 2004. – 128 с. [↑](#footnote-ref-51)