

АНО ВО «Российский Новый Университет»

Факультет гуманитарных технологий

Кафедра русского языка и издательского дела

**Курсовая работа по дисциплине**

**Технология редакционно-издательского процесса**

**На тему: Идея произведения и ее реализация**

**(на примере издания М. Ильяхова и Л. Сарычевой «Пиши. Сокращай»)**

Выполнила:

студентка группы 644-з

Попова Анастасия Сергеевна

Научный руководитель:

Козина Наталья Олеговна

Москва, 2017

# Содержание

Введение .....	3
1. Формирование концепции издания .....	4
1.1. Идея, цель и задачи издания.....	4
1.2. Целевая аудитория издания.....	5
1.3. Концепция издания .....	7
2. Особенности реализации концепции издания.....	8
2.1. Особенности содержания издания и его структуры.....	9
2.2. Особенности внешней формы и дизайна издания.....	11
2.3. Особенности редакторской работы в издании.....	13
Заключение .....	15
Список литературы .....	16

## Введение

В данной работе мы рассмотрим реализацию концепции издания на примере второго издания книги М. Ильяхова и Л. Сарычевой «Пиши. Сокращай» [11], выпущенной в издательстве «Альпина Паблишер» в 2016г. Материалом исследования стала бумажная версия книги.

Это популярное пособие по самостоятельному редактированию текстов рекламной и информационной, журналисткой и публицистической направленности. Издание среднего формата в мягкой обложке, скреплено клеевым швейным способом. Оформление выполнено в яркой, графичной двухцветной манере. Авторы являются практикующими редакторами, преподают в «Школе редакторов» при Дизайн-Бюро Артёма Горбунова и редакторской подготовкой издания занимались самостоятельно, что представляет практический интерес.

Актуальность данной работы состоит в том, что книга написана на современном языковом материале и содержит большое количество практических примеров, в связи с чем является популярным пособием по самостоятельному редактированию текстов.

Цели работы: выявить особенности воплощения идеи и её характерные черты. А также, рассмотреть причины, по которым издание выполнено именно так.

Методы исследования включают в себя исследование теоретического материала по теме, сбор и систематизацию фактического материала, с последующим изложением его в основной части курсовой работы, и эмпирическое исследование издания, в том числе с применением вспомогательных средств линейки, карандаша, типографской линейки.

Источники исследования включают в себя электронные ресурсы, учебники, словари и конспекты лекций по теме.

Работа состоит из введения, двух основных частей, разделённых на три главы, заключения и списка литературы. В первой части мы рассмотрим, как авторы представляют себе своё издание и его концепцию, а во второй практическое воплощение концепции издания.

# 1. Формирование концепции издания

## 1.1. Идея, цель и задачи издания

Возникновение идеи этой книги стало возможно благодаря комплексу факторов: сфере деятельности авторов, их образовании и опыте авторитетных предшественников. Ключевой работой, положенной в основу данной книги, стала Галь Н. «Слово живое и мертвое» [4]. Книга — пример борьбы со штампами, формальными конструкциями и канцеляритом, выдающейся советской переводчицы и редактора Элеоноры Яковлевны Гальпериной. Литературовед К.И. Чуковский рукописью «Живой как жизнь» [25] вдохновил авторов избавляться от вредных заимствований и относиться к языку внимательно. А писать чётко и по делу научила «Догма» — неофициальная редполитика газеты «Ведомости». Вот слова авторов: «Мы лишь собираем их советы в единую дисциплину и пытаемся по-новому её донести» [11].

Суть идеи авторов в следующем: текст играет значительную роль в нашей жизни, хотя часто бывает недооценён. Например, корректная формулировка мыслей на письме способна оказать сильное влияние на то, понимают нас или нет, какое представление о нас составят окружающие и т.д. На практике в жизни каждый из нас постоянно сталкивается с текстами в переписке, объявлениях у подъезда, статьях в газете, презентациях на работе, даже выбор товара в магазине может зависеть от текста об этом товаре.

Ключевые моменты идеи:

- 1) Текст пишут все.
- 2) Учебников или руководств, направленных на бытовое (повседневное) создание текстов, написанных доступным, современным языком и популярных при этом не существует (на момент появления идеи).
- 3) Авторы располагают базой знаний, материалом и широкой практикой;
- 4) Авторы располагают аудиторией, заинтересованной в получении такой информации.

Все вышеперечисленные факторы позволяют сделать вывод о состоятельности идеи и наличии возможностей для её реализации. Далее следует более детальная проработка содержания издания, его основных аспектов. Чтобы донести информацию текст должен быть:

- 1) кратким, чётким и ясным;
- 2) правдивым, содержательным и логичным;
- 3) надлежащим образом оформленным;
- 4) корректно проиллюстрированным.

Мы видим, что авторы сформировали идею, учитывающую как возможности реализации (жизнеспособность идеи), так и особенности содержания рукописи — те аспекты, которые необходимо будет затронуть при создании книги.

## 1.2. Целевая аудитория издания

Точная оценка читательского адреса в процессе создания концепции издания позволит скорректировать представление о подаче как материала рукописи, так и о его оформлении до начала работы и, соответственно, избавит от необходимости её переделывать. Для определения необходимо учитывать следующие факторы: Какую пользу приносит книга? Кому? Какие интересы и образование у читателей? Какого они возраста и пола? Какой доход имеют?

Целевое назначение рассматриваемого издания — повышение общекультурного уровня масс, оно имеет просветительскую и информационную направленность и, кроме того, издание призвано распространять научные взгляды для активизации практической деятельности. Соответственно [3], мы имеем дело с научно-популярным изданием.

Составим портрет, типичного представителя целевой аудитории, для которого предназначено издание. Можно выделить три категории потребителей, которым книга будет полезна. Проанализируем целевую аудиторию подробнее (табл. 1.), сравнив категории возможных потребителей, их важность для нас, заинтересованность в издании и конкретные примеры потребителей.

Табл. 1. Анализ целевой аудитории

Категория	Статус, как Ц.А.	Примеры потребителей
Зарабатывают на тексте	Первичная аудитория. Готовы платить за книгу и применять её в работе, будут рекомендовать коллегам и руководству.	Журналисты. PR-щики. Копирайтеры. Менеджеры. Редакторы. Предприниматели. Служащие. Дизайнеры и программисты. Блогеры.
Учатся работе с текстом	Вторичная аудитория. Не всегда могут платить за издание, но будут стремиться его получить. Готовы применять его и рекламировать.	Преподаватели. Учащиеся колледжей и вузов филологической, издательской и рекламной направленности. Школьники старших классов.
Польза от применения книги не регулярная	Дополнительная аудитория. Готовы платить за издание только по случаю: покупать в подарок или при очевидной пользе в данный момент времени. Применять будут выборочно, читать ознакомительно. Рекламировать не будут.	Друзья вышеперечисленных категорий. Интересующиеся русским языком. Соискатели при трудоустройстве. Мелкие предприниматели. Представители ТСЖ. Сотрудники администраций.

Основных аудиторий у нас две. Книга адресована с одной стороны тем, кому книга нужна для работы, с другой стороны тем, кому она нужна для учёбы. Располагая этими данными, мы можем формулировать концепцию издания, его подачу и оформление. Проведя подобный

анализ, мы отсеяли людей, которым наша книга не предназначена. Авторы сделали это явным:  
«Не предназначена для авторов художественного текста» [20].

### 1.3. Концепция издания

Понятие концепция имеет сложную природу и находит свое место во многих сферах. Оно применимо для ряда дисциплин, но во всех имеет общие функциональные признаки. Концепция, от латинского *concepto*, означает понимание или систему. В издании концепция является методологической основой и выражением цели.

Концепция — это выражение замысла, идеи, которую авторы стремятся реализовать, принимая решение о выпуске нового издания. Понять суть этого явления можно, определив концепцию, как вопрос: каким должно быть издание? Рассматриваемое издание должно быть:

- 1) Понятным и содержательным.
- 2) Полезным, содержать новый материал.
- 3) Удобным для большей мобильности.
- 4) Удерживающим внимание читателя, для полного освоения материала.
- 5) Дающим возможность отдохнуть и осмыслить материал.
- 6) Обладать простым и понятным оформлением, для удобства читателя.
- 7) Иметь привлекательный дизайн.
- 8) Быть доступным по цене для покупателей.
- 9) Быть востребованным.

Все эти пункты можно разделить на три группы.

Первая направлена на работу с содержанием и его изложением. Для реализации идеи в соответствии с пунктами 1-4 авторами было выполнено следующее: проведен сбор и анализ материала, в тестовой форме он предоставлен читателям в виде рассылки и, таким образом выявлены его недостатки, спрос на подобную информацию и отработаны особенности подачи материала. Для удержания внимания читателя был продуман ряд элементов: сформулированы правила, намеренное повторение основной мысли каждой главы в её конце, принято решение сосредоточиться на большом количестве примеров, продумана структура и отобран материал книги, сами главы сделаны небольшими, разбитыми на подтемы, структура вступительных материалов построена таким образом, чтобы мягко, в очевидной форме, показать, как использовать издание на пользу себе как личности и как профессионалу.

Вторая часть (пункты 5-7) направлена, как на оформление в целом, так и на оформление подачи материала. Выбрано двухцветное оформление, оно является балансом между необходимостью делать выделения и пестротой при полноцветной печати, дополнительно сосредотачивает внимание на тексте. Определена графическая манера исполнения всех элементов, как подчеркивающая достоинства текста, не отвлекающая внимание читателя на себя. Выделения сделаны самым разнообразным количеством способов, но при этом не кажутся излишними, а их употребление унифицировано во всем издании. Весь графический материал (кроме главы про иллюстрирование текстов) направлен не на то, чтобы дать дополнительный материал, а на то, чтобы нагляднее донести существующий. Этой же цели служат вставки-комиксы. Были продуманы герои и сюжет, создана интрига и динамика, подобрана художница. 28 страниц размещены по главам и частям на протяжении всей книги. Дополнительно комиксы несут функцию разделителей между главами и маркеров для поиска нужного участка текста.

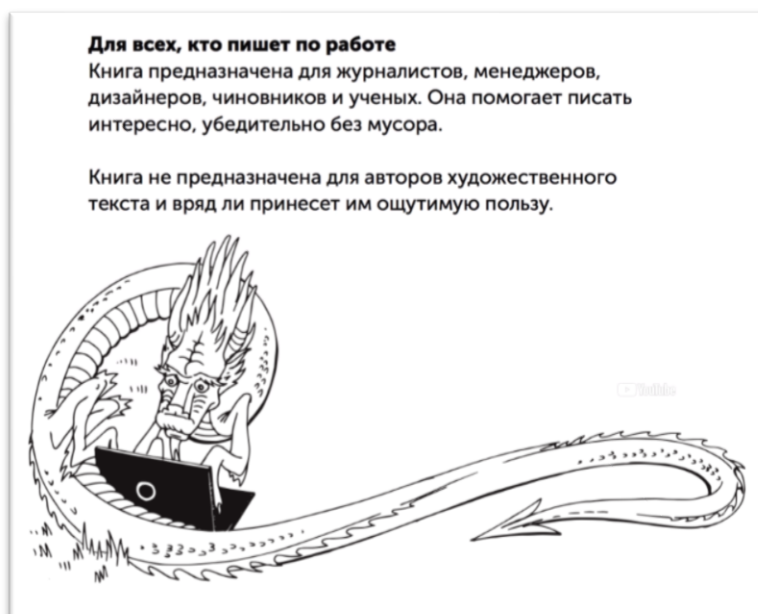
Третья часть (пункты 8 и 9) направлена на будущую реализацию издания. Двухцветное оформление в том числе обусловлено и бюджетом издания. Целевая аудитория готова платить за полезные книги, если они доказывают свою полезность, а с этим у авторов проблем не возникает. Рассылки уроков по подписке на электронную почту создали предварительный спрос на книгу, обозначили целевую аудиторию. Для удержания внимания и переключения его и на книгу была использована стратегия открытости: процесс создания выкладывался на сайт и в социальные сети, где в том числе велось открытое активное обсуждение. Кроме этого проводились сравнения цен в типографиях на разные численности тиража, но в результате был заключен договор с издательством «Альпина Паблишер». Выбор пал на него, потому что содержание идеи совпадает с тематической направленностью издательства, их ценностями и целями, был найден общий язык с редакцией в вопросах совместной работы. Это стало существенной поддержкой для авторов т.к. позволило им воспользоваться производственными мощностями и снизить цену на издание и воспользоваться ресурсами издательства как дополнительным каналом распространения информации. Это повлияло на итоговое оформление — на обложке размещён логотип издательства (илл. 1) в соответствии с их редполитикой.

Таким образом мы наблюдаем, что концепция представляет из себя целостную систему, учитывающую все возможные элементы. Она исходит из того, какие задачи должен выполнять текст: доносить информацию, делать это корректно, при этом форма также должна соответствовать содержанию и дизайн должен дополнять идею текста. Это отражено и в подаче книги на её сайте (илл. 2), там перечислены все её достоинства и особенности. Кроме того, учитывается ситуация в информационном пространстве и существующий на рынке спрос.

Илл. 1. Обложка издания



Илл. 2. Представление концепции издания с сайта книги





## 2. Особенности реализации концепции издания

### 2.1. Особенности содержания издания и его структуры

В этой части мы изучим содержание рассматриваемого издания и его структуру, части издания и их соотношение, полноту изложения материала и его особенности.

Работа подаётся как пособие по новой дисциплине. Новой дисциплиной авторы называют созданный ими информационный стиль. «*Информационный стиль* — это редакторская дисциплина, которая помогает сделать сложный текст простым, выделить главное и помочь читателю сделать выводы» [11, стр. 18]. Этот стиль на момент написания работы не включён в формальную классификацию стилей русского языка.

Основной текст разбит на три части, каждая из которых в свою очередь разбита на главы. Первая часть посвящена работе с текстом на уровне слов. Результатом изучения и усвоения материала этой главы должна стать способность чистить текст от словесного мусора.

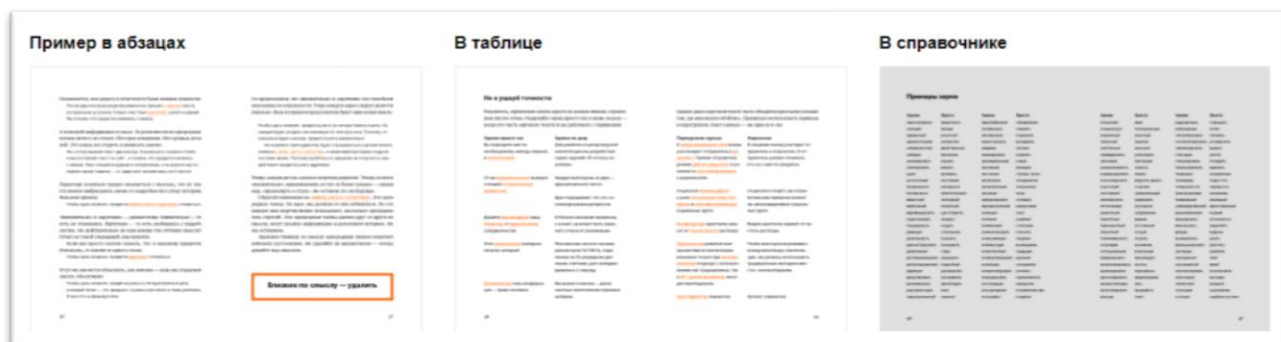
Во второй части авторы переходят от слов к предложениям и абзацам и доходят до структуры текста в целом и логики изложения. Она содержит информацию об особенностях ясного и доступного изложения мыслей, которые необходимо донести до потребителя.

Третья часть рассматривает содержательность текста, его смысл. В связи с тем, что выбранная тема слишком обширна для одного издания, авторы сознательно ограничивают её тематиками текстов о себе, своём продукте и своей компании. Третья посвящена самой актуальной специфике текстов в коммерческой среде — текстам о себе, о своей компании и продукте.

Особенностью подачи текста является то, что он сам является наглядным примером применения правил, излагаемых в книге. А также, то, что стилем изложения выбран не научный, а публицистический. Вся информация легко понимается, а благодаря обилию примеров (Илл. 3) легко применима, на мой взгляд это пошло изданию только на пользу и служит целям авторов — избавлению от канцелярита там, где это излишне, создание правдивых и ясных, коммерчески привлекательных текстов.

Примеры в тексте представляют собой три группы (Илл. 3). Кроме прямого функционального назначения (объяснять) они выполняют и структурирующую функцию.

Илл. 3. Виды примеров в тексте



Говоря о структуре произведения, мы подразумеваем объем, сочетание и взаимоподчинение всех частей. Рассмотрим это с помощью составления таблицы (Табл. 2) и анализа содержания. В ней мы будем рассматривать только основную часть текста, без учёта дополнительных текстовых материалов, поскольку именно она несёт основную смысловую нагрузку.

Табл. 2. Соотношение распределения структурных элементов по частям издания

Количество \ Блок основного текста	1 Часть	2 Часть	3 Часть
Главы в шт.	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>7</b>
Комикс в стр.	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Справочные вставки в шт. (кол-во занимаемых ими стр.)	<b>10</b> <b>(17)</b>	<b>6</b> <b>(17)</b>	<b>4</b> <b>(14)</b>

Каждая глава разбита на части — подглавы со своими названиями, небольшие потому что так материал воспринимается проще. В среднем практически каждая из частей занимает от 1 до 4 страниц — это сделано для облегчения усвоения единицы материала при современном клиповом сознании. Учебный материал подается порциями, в отличие от какого-л. академического издания, например «Секреты хорошей речи» [5], или справочника «Культура устной и письменной речи делового человека» [12].

Кроме основного текста в издании есть целый блок дополнительных текстов, основной объем которых располагается в начале, они в ненавязчивой форме помогают читателю влиться в структуру изложения материала и знакомят его с особенностями издания. Затекстовые материалы предоставляют информацию о возможных способах дальнейшей работы по изучению темы и демонстрируют процесс подготовки именно этой книги, это также призвано служить цели втянуть в читателей в процесс обучения. Все они имеют существенное значение и каждый располагается на логичном месте, как элементы одной структуры.

Рассмотрим содержание (илл, 4), как отображение архитектоники издания. Оно выполнено на меньшем формате полосы набора в отличие от остального текста, что сказалось на его содержательности. В начале каждой главы размещён подзаголовок в форме императива, но в

Илл. 4. Содержание, стр. 3

Содержание	
Знакомство	11
Человек и мир	11
У человека много	31
<b>I. Отдать волю</b>	
Мечта	39
Раздумье	49
Сны	60
Штаты	81
Зачем	110
Эффект	116
Оптимальность	129
Неразрешенное	149
Время	156
В жизни	167
<b>II. Делать мысль</b>	
Информативность	182
Синтаксис	195
Делать	214
Особые члены	233
Абстрация	250
Цель и задача	255
Структура	266
Заголовок	286
Диалектика	303
Чувственный слог	318
Факты	325
Словная игра	334
<b>III. Рассказать о себе</b>	
Рассказ	342
Рассказ о природе	356
Текст о себе и о мире	363
Речевые	390
Согласительные	404
Время	416
Правый секрет	429
Что дальше	434
За колесами	436

содержание вынесено только название главы, в самом тексте размещённое в верхнем колонтитуле и, хотя и выделено цветом, имеет меньший кегль и повторяется лишь один раз на той странице где начинается глава. Из-за этого навигация по книге затруднена и сложно сопоставить весьма крупные подзаголовки с фактическим содержанием.

Таким образом деление текста на части представляется собой подчинённую целям авторов, логичную и сбалансированную структуру. Каждый из элементов которой работает на реализацию концепции издания и укладывается в общую архитектуру. Кроме вышперечисленного в структуре есть структурирующая графическая составляющая, её мы рассмотрим отдельно в связи со значимостью и объемом.

## 2.2. Особенности внешней формы и дизайна издания

Изучим технические особенности издания и ту информацию, что они содержат. Книга среднего формата 140×200 мм, что является несоответствием стандартам [7], по которым минимальный (максимальный) размер издания при печати 60×90 в 1/16 долю листа составляет 132(145)×205(215) мм. Но в то же время это приближает издание к карманному варианту и создаёт дополнительное удобство для читателя, поскольку книгу становится удобно брать с собой. Такой формат издания — современная тенденция в оформлении книг.

Переплёт выполнен в мягкой обложке с помощью клеевого швейного скрепления блока, что позволяет изготовить очень крепкий бумажный блок, используемый для изготовления полиграфической продукции высокого качества. Стоимость швейного скрепления несколько выше бесшвейного метода, но и прочность, надежность и раскрываемость издания тоже выше. Такие издания рассчитаны на интенсивное и долговременное использование. Особенностью их является требование о количестве страниц кратном 4-м, обусловленное особенностями изготовления. В рассматриваемом издании 440 страниц.

Бумага плотная чистого белого цвета, просвечивание запечатки обратной стороны есть, но не сильно выраженное. Подобный выбор направлен на прочность и долговечность издания несмотря на увеличение его ширины и веса и соответствует концепции издания.

Печать выполнена офсетным способом в две краски с разрешением 300 dpi. Разрешение использовано минимальное требуемое по ГОСТу, но достаточное для качественной реализации как шрифтовых, так и графических элементов. Этот способ выбран потому, что при тираже в 5000 экземпляров экономически выгоден, как и двухкрасочная печать. Стоит отметить необходимость проведения проверки цветоделения, что авторы и сделали перед печатью.

Шрифтовое решение заключается в сочетании двух основных гарнитур. Без засечек использована для примеров, заголовков и вставок. Такие шрифты легче для восприятия за счёт простоты формы. Для основного текста использована гарнитура с засечками, т.к. такие шрифты легче читаются и дольше остаются читаемыми на бумаге, даже при её разрушении. Подобное решение позволяет визуально подчеркнуть структуру текста.

Особенностью подготовки издания стало написание, редактирование и корректура книги непосредственно в макете в программе InDesign. Это привело к нарушениям издательских стандартов, в той их части, что относится к вёрстке. Нарушена приводность строк, как на разворотах, так и по изданию в целом, что особенно заметно, из-за частичного просвечивания бумаги. Отклонение составляет в среднем 0,5-1,5 строки. Для авторов возможность корректировать нижнюю линию полосы набора была удобна, а для читателя, благодаря небольшому разбросу, несущественна. Тем не менее, по нашему мнению, это влияет на облик издания. Уже упоминаемые в части 2.1. названия глав размещены на верхнем правом колонтитуле, а подзаголовки оформлены как заголовки, что является нарушением правил оформления заголовков.

В остальном вёрстка выполнена с соблюдением правил и норм. В частности, примеры набраны со втяжками с обеих сторон. Сноски и примечания в классическом виде в издании отсутствуют, но есть комментарии авторов набранные на нижнем поле рядом с колонцифрой и тем же кеглем и шрифтом, что и она.

Графическая манера исполнения оформления выбрана потому, что существенным и характерным признаком искусства графики следует считать лаконизм, простоту и ясность изобразительного языка. Это именно то, что требуется для воплощения концепции, поскольку является визуальным отображением сути текстового материала.

Можно утверждать о грамотном подборе цветового сочетания, его соответствии характеру издания. Оранжевый цвет в психологии восприятия потребителя вызывает следующие ассоциации: сила, активность, действие, эффективность, стремление к результату. Он работает на поддержание идеи текста, усиливает её, подталкивает к изучению. Черный цвет классический выбор для основного текста, тем не менее, и он даёт простор для применения. В "Пиши. Сокращай" с применением не 100% черного выполнена заливка страниц, на которых размещены справочные вставки и примеры применения (Илл. 3, справа).

В оформлении обложки (Илл. 1) применены те же элементы, что и ко всему изданию: шрифты, иллюстрация, цветовое решение и дополнительно вынесен логотип издательства. Оранжевый цвет выбран фоновым, что позволяет изданию выделяться на полках как в магазине, так и на работе, дома. Так оформленное издание легко искать. Несмотря на то, что работа над обложкой велась в сжатые сроки из-за ошибки авторов, результат соответствует концепции издания, передаёт основную идею и представление о внутреннем дизайне книги практически без искажений, хотя мог быть лучше.

Оформление издания состоит из нескольких видов элементов, которые можно разбить на две основных группы, в зависимости от их значимости и частоты появления.

1) Базовые:

- a) Комикс (Илл. 5);
- b) Справочные вставки на сером фоне;
- c) Графические выделения (**Ошибка! Источник ссылки не найден.**7);
- d) Цветность шрифта.

2) Вспомогательные:

- a) Фотоиллюстрации;
- b) Графические рисунки;
- c) Вставки-схемы;

Каждый пример из второй группы встречается всего несколько раз во всей книге, но при этом расположен на своём месте и несет смысловую нагрузку, например, фото-иллюстрирование работы над изданием в затекстовом материале. Базовые элементы издания работают на поддержание его структуры, несут дополнительную информацию, помогают ориентироваться.

Комикс является ключевым элементом иллюстрирования издания. Состоит из 28 страниц, расставленных по книге как по одной, так и несколькими разворотами подряд. Он выполняет две функции смысловую и структурирующую. Выделяет и разделяет части издания, служит

Илл. 5. Разворот комикса с сайта книги



опорной точкой для навигации. Его содержание напрямую связано с содержанием той части текста, к которой он относится. Такого рода вставки нехарактерны для пособий.

## 2.3. Особенности редакторской работы в издании

Работа над рукописью велась с ноября 2015 по июль 2016 года. Тест создавался на основе уже существующей рассылки с уроками, которую переносили в макет (илл. 6) и дорабатывали. Чтобы реализовать замысел в полной мере авторы сами выступили в роли редакторов и это заметно повлияло на процесс. Это не исключает каких-либо этапов, но накладывает свои особенности, некоторые из них пошли на пользу результату, а некоторые сказались на нём

«С инфостилем есть проблема: его легко понять, но трудно освоить», говорят авторы [11]. Чтобы облегчить понимание материала, повысить процент дочитывания книги и максимально точного воплощения идеи была проведена масштабная работа и в результате был сформирован список основных необходимых элементов:

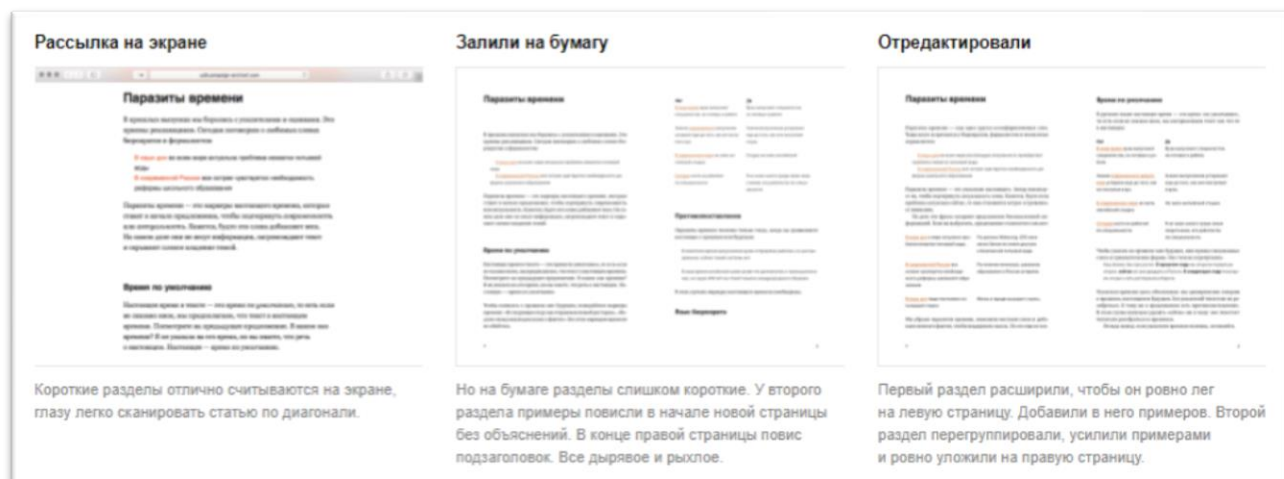
- 1) Создана структура из небольших частей.
- 2) Введено большое количество наглядных примеров, в т.ч. практических.
- 3) Визуальное выделение ключевой информации, её дублирование в конце главы.
- 4) Проработан иллюстративный ряд материала издания.
- 5) Создана параллельная художественная линия с сюжетом и сильным персонажем.
- 6) Продемонстрирован процесс создания книги.
- 7) Создан блок сопроводительных (вводных и заключительных) материалов.

Проработаны особенности подачи материала. Каждая последняя глава в части выделяется, поскольку является повтором — выжимкой, из всей главы, изложенной несколько по-другому для лучшего усвоения и закрепления материала. А также, демонстрирует применение изложенных и разобранных правил в реальных ситуациях.

Особенность процесса корректуры, здесь, что все проверяют всех. Автор редактирует художника, соавторы проверяют вёрстку и опечатки друг у друга и кроме того нанят сторонний корректор. Этому процессу было уделено много внимания.

После основного введения вставлена инструкция по работе с изданием и информация о её защите авторским правом. Примечательно, что эта вставка с обращением к читателям именно сюда, на взгляд автора работы, весьма эффективна, поскольку в ненавязчивой форме напоминает о проделанной работе и обращается напрямую, тем самым повышая значимость текста.

Илл. 6. Работа над переносом рассылки в макет



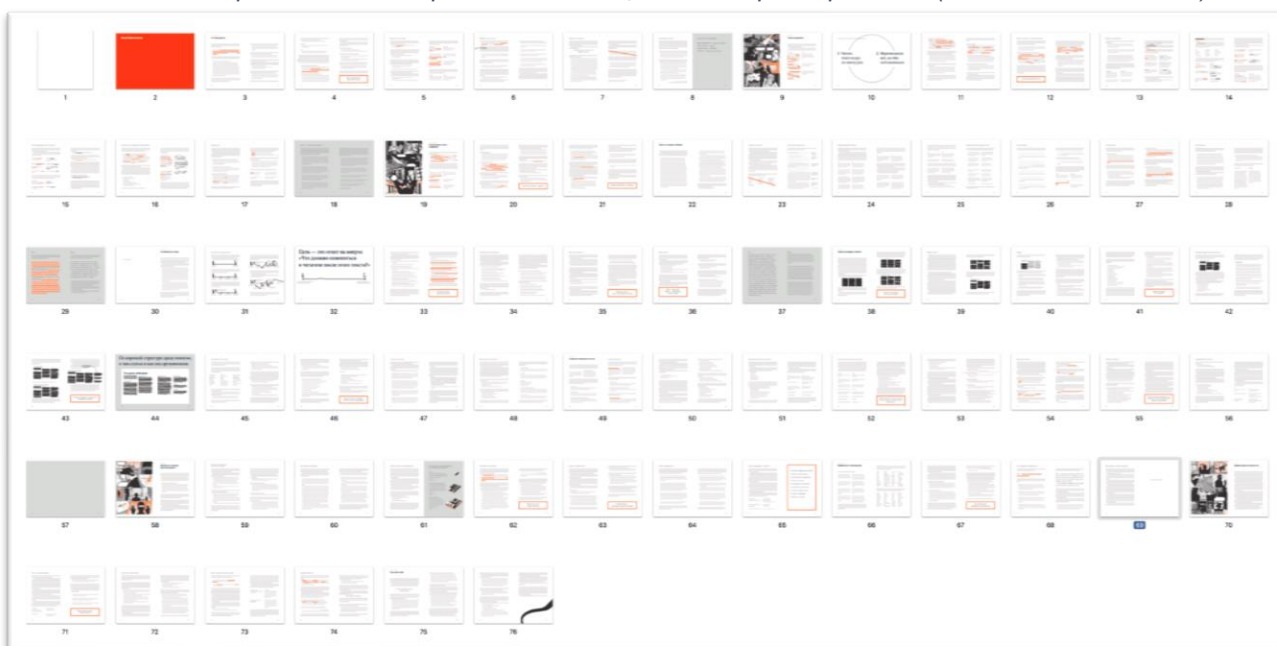
Вставка комикса в издание обусловлена решением редакторами такой проблемы, как недочитывание. При создании комикса задачей стояло заинтриговать читателя историей и героями. Руководствуясь учебниками драматургии соавторы с художницей создали персонажей и историю. Все элементы истории направлены на целевую аудиторию, например, действие происходит внутри редакции газеты. Страницы с комиксом расставлены по всей книге (илл. 7) не только как элементы структуры. Суть истории, открывающей главу раскроется полностью после её прочтения. Для знакомства со всей историей целиком придётся пролистать всю книгу, и в результате углубиться в её содержание, как рассчитывают создатели.

Особенностью подготовки издания стало написание, редактирование и корректура книги непосредственно в макете в программе InDesign (Илл. 6). Книга основана на материалах рассылки, а они плохо ложатся в формат. В результате нарушены правила вёрстки и ухудшилось восприятие работы как аккуратно выполненного издания.

Нехватка времени на структурирование работы привела к грубым ошибкам в оформлении содержания. Оно не полностью отображает продуманную структуру. Навигация по изданию затруднена в том числе и отсутствием отточий между названием и номером страницы. Никакой необходимости в создании двойных названий глав не было. Равно как и необходимости выполнять содержание на уменьшенной полосе набора.

Авторами была проведена колоссальная работа: созданы ключевые элементы концепции, некоторые в нестандартных для пособия сочетаниях. Внимательное отношение к материалу, его знание и понимание, а также понимание читательского адреса издания и ситуации на рынке позволило создать востребованный продукт. И, несмотря на востребованность одноразовых продуктов практически во всех сферах, книга «Пиши. Сокращай» для некоторых может стать настольным изданием. Однако, несмотря на все знания и опыт авторов им не удалось избежать ошибок, которых не было бы в случае сотрудничества с профессиональным редактором, не задействованном в создании материала.

*Илл. 7. Обзорный лист второй главы с акцентными разворотами (листы 16, 32, 44, 65)*





## Заключение

Подводя итоги проделанной работы следует отметить, что мы выполнили все поставленные перед собой задачи и проанализировали все аспекты рассматриваемого издания от формирования концепции, до её воплощения и особенностей реализации.

Вывод из нашей работы можно сформулировать следующий в целом авторам удалось выполнить и реализовать концепцию издания. В проделанной работе есть как представляющие интерес решения, так и недочёты. Выявление ошибок позволит в дальнейшем руководствоваться опытом коллег при создании и реализации концепции изданий в будущем. Некорректный расчёт времени привел к спешке и некорректно составленному списку задач, не дал времени на оценку, привёл к ряду ошибок.

- 1) Создание обложки в спешке «на коленке» и несмотря на достаточно успешный результат, он мог более полно соответствовать своему назначению.
- 2) В промо-роликах анонсировано издание в другой обложке, а это оказывает прямое влияние на реализацию т.к. вводит потребителей в заблуждение и снижает продажи.
- 3) Добавление подназваний глав для большей ясности привели к конструированию меток (доп. работе) что создало путаницу в содержании и его несоответствие структуре.

С нашей точки зрения выбранные особенности подготовки привели к нарушению технологии редакционной подготовки. Можно было привлечь стороннего редактора беспристрастного в оценке, но при этом заинтересованного в хорошем результате. Его присутствие позволило бы структурировать время, грамотно спланировать ход работ и учесть в нём все элементы процесса. Тем не менее в издании, на наш взгляд, на 90% реализована изначальная идея, цели достигнуты. Если сменить стиль или способ изложения материала, или форму, то это будет другая книга, предназначенная другой целевой аудитории.

Мы считаем, что данная область работы перспективна т.к. существует спрос на подобные издания (подобные здесь – популярным языком объясняющие культуру языка, способы с ним обращаться). А кроме того продемонстрирован подход, подающий пример другим авторам: они должны представлять себе концепцию будущего издания и принимать участие во всех этапах его подготовки к печати.

Благодаря настолько большому количеству элементов и выделению ключевой информации, чтобы каждый читатель мог вынести что-то полезное для себя даже при беглом пролистывании. Фактически в классических пособиях такую работу обычно проделывает сам читатель, но особенности современного ритма жизни, появление клипового сознания приводят к тому, что появляется потребность в изданиях, суть которых информативна, доступна для понимания, разбита на небольшие части и при этом хорошо оформлена. Только такие продукты имеют широкий спрос на читательском рынке современной России.



## Список литературы

1. Акопов А. И. Общий курс издательского дела : учеб. пособие / А. И. Акопов. — Воронеж : ВГУ, 2004.
2. Антонова С.Г. Принципы формирования иллюстративного ряда издания. Редакционно-издательские аспекты // Книга. Исследования и материалы. — № 79. — С. 94-107.
3. Болховитинова С.М. и др. Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий: Учебное пособие /Под ред. С. М. Болховитиновой М.: Изд-во МГУП, 2000.
4. Галь Н. Слово живое и мертвое. — М. : РИПОЛ классик, 2016.
5. Голуб И.Б., Розенталь Д.Э. Секреты хорошей речи. — М. : Международные отношения, 1993.
6. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие / И. Б. Голуб. — М. : Айрис-пресс, 1997.
7. ГОСТ 5773—90 «Издания книжные и журнальные. Форматы».
8. Догма газеты «Ведомости» [Электронный ресурс]. — <https://www.vedomosti.ru/technology/video/2016/09/07/655946-dogma-gazeti-vedomosti>
9. Дэвис Дж. Отбор и оценка рукописи: пер. с англ. — М. : Университетская книга, 2008.
10. Жарков Н.А. Технология редакционно-издательского дела. — М. : Изд-во МГУП, 2002.
11. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. — М. : Альпина Паблишер, 2017.
12. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. — М. : Флинта; Наука, 2001.
13. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. — М. : Юристъ, 1998.
14. Мильчин А.Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги: Практическое руководство. — М. : Логос, 2002.
15. Мильчин А.Э. Подготовка и редактирование аппарата книги: Как сделать книгу удобной для читателя. — М. : Школа издательского и медиа бизнеса; Университетская книга, 2011.
16. Мильчин А.Э., Чельцова Л.К. Справочник издателя и автора. — 2-е изд., доп. — М. : АСТ; Олимп, 2003.
17. Накорякова К.М. Литературное редактирование: Учеб. пособие. — М. : ИКАР, 2004.
18. Основные стандарты по издательскому делу: Сб. / Сост. А.А. Джиго, С.Ю. Калинин. — М. : Университетская книга, 2011.
19. Пикок Д. Издательское дело. От замысла до упаковки. — М. : Эком, 1998.
20. Пиши. Сокращай. Книга о сильном тексте [Электронный ресурс]. — <https://book.glvrd.ru/>
21. Редакторская подготовка изданий: Учебник для вузов / Под ред. С.Г. Антоновой. — М. : Школа издательского и медиа бизнеса; Университетская книга, 2011.
22. Рубакин Н.А. Библиологическая психология. — М. : Академический проект; Трикста, 2006.

23. Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса: Учеб. пособие. - М. : Логос, 2008.
24. Чихольд Ян. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении. - М. : Книга, 1980.
25. Чуковский К.И. Живой как жизнь. — М. : Время, 2014.
26. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юристъ, 2004.