

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Московский государственный
гуманитарно-экономический университет**

**Г.В. Кожевников, Т.Г. Куприянова,
А.Е. Ковальчук**

Печатные и электронные средства информации

Учебное пособие

Москва
2016

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Московский государственный
гуманитарно-экономический университет

**Г.В. Кожевников, Т.Г. Куприянова,
А.Е. Ковальчук**

Печатные и электронные средства информации

Учебное пособие

по дисциплине «Печатные и электронные средства информации»
для бакалавров по направлению подготовки
«Издательское дело»

Печатается в авторской редакции

Москва
2016

ББК 76.174
К 58

Рецензент: Мельцаев Д.М., канд. филол. наук, декан факультета книгоиздания и редактирования ФГБОУ ВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет.

Кожевников Г.В., Куприянова Т.Г., Ковальчук А.Е.
К 58 Печатные и электронные средства информации: учебное пособие по дисциплине «Печатные и электронные средства информации» для бакалавров по направлению подготовки «Издательское дело». Печатные и электронные средства информации. – М.: МГГЭУ, 2016. – 166 с.

Печатается в авторской редакции.

ISBN 978-5-9799-0059-9

© Кожевников Г.В.,
Куприянова Т.Г.,
Ковальчук А.Е., 2016
© МГГЭУ, 2016

Введение

В современной издательской отрасли происходит активное вторжение информационных технологий, скорректировавших традиционную модель развития печатной продукции. Современные условия развития издательского дела характеризуются усложнением задач и пересмотром традиционных подходов к подготовке кадров для отрасли. Остро встаёт проблема оперативного принятия решений, поиска новых подходов, быстрого реагирования на меняющиеся условия на рынке издательской продукции. Устойчивая тенденция падения тиражей побуждает издателей искать инновационные подходы к созданию информационного продукта. Однако сделать это без учета сложившихся традиций и накопленного практического опыта не представляется возможным.

На протяжении многовековой истории издательского дела смена исторической формы книги происходит исключительно редко. Ранней исторической формой существования книги был свиток, затем появился кодекс – рукописный, затем печатный. В настоящее время издательское дело находится на рубеже перехода от печатной к электронной форме существования книги. Современной формой существования книги в электронном пространстве, надо полагать, становится файл. Представляется, что это понятие вбирает в себя все разновидности информационного продукта, существующего в электронном виде. На данном этапе, еще в большей степени, чем ранее, книга понимается в широком смысле как носитель информации, как средство межличностной коммуникации, средство взаимодействия создателей произведений с потребителями, актуализированного интернет-технологиями.

В учебном курсе «Печатные и электронные средства информации» материал строится таким образом, чтобы стала понятна взаимосвязь традиций с новыми явлениями в информационном пространстве современного общества. В целях формирования объективного представления о книге в пособии представлены различные точки зрения на типологию, классификацию печатных и электронных изданий, делается акцент на особенности структуры и аппарата изданий, на элементы их оформления. Важное значение приобретает глубокое понимание содержания редакционно-издательских процессов, нацеленных на более полное удовлетворение читательских интересов. Особого внимания заслуживает изучение специфики электронных средств информации как кросс-медийных продуктов, ориентированных на адресное потребление, персонифицированное информационное общение.

Материал учебного пособия направлен на оказание педагогической поддержки в формировании представлений о системе современных печатных и электронных средств информации, а также в усвоении основ типологического анализа изданий. В пособии раскрываются вопросы типологического моделирования, выработки системного критерия видо-типологической характеристики изданий. Особое место занимают вопросы материально-конструктивной формы изданий, корпуса элементов аппарата изданий. В учебном пособии уделяется внимание новой терминологии, связанной с электронными изданиями.

Данное пособие содержит необходимый базовый комплекс знаний, которые в ходе дальнейшего изучения специальных дисциплин будет углубляться. Результатом изучения материала учебного пособия станет знание основных типологических и классификационных схем, обретение навыков определения конкретных видов и типов изданий, их места в репертуарной политике издательств и функций в обществе. Дополнительная литература, приведенная в библиографическом списке, позволит познакомиться с наработками в области теории и практики печатных и электронных средств информации, а также выполнить предусмотренные учебным планом контрольные задания – тестовые, контрольные, курсовые работы.

I. Материально-конструктивная форма книги

1.1. Элементы формы печатного издания

Структура издания подразумевает единое целое всех элементов, «внутреннее скоординированное множество компонентов, взаимосвязи которых дают книге функционировать как некой целостности»¹. Основным предназначением книги является функция сохранения и передачи информации, и создатель произведения стремится к тому, чтобы передать свои мысли и возникающие образы, поделиться ими с читателями. Между моментом фиксации информации и читательским восприятием книга играет роль посредника. В этом процессе временной отрезок не имеет значения: произведение может быть востребовано и через длительный период времени, и каждое поколение читателей заново раскрывает замыслы автора, дает новое прочтение смыслов. «Книги, – по выражению П. Отле, – это материализованная память человечества». По материальной конструкции книжные издания представляют кодексы со сфальцованными листами, скрепленными в корешке. Комплектными являются издания, составленные из листов, заключенных в обложку. От материально-конструктивной формы, издательского исполнения, оформления, аппарата издания зависит тип издания, так как одно и то же произведение может быть организовано в издание с использованием различного набора элементов.

Общие требования к внешней материально-конструктивной форме книги состоят в том, чтобы книга была **эргономичной, долговечной и удобочитаемой**. Эти условия играют особую роль в потреблении книги. Признак эргономичности важен для удобства пользования книгой с незапамятных времен, когда человек постоянно находился в движении – военных походах, странствиях и паломничествах. Признак удобочитаемости влияет на скорость чтения и восприятие информации. Удобочитаемость зависит от рисунка букв, качества изображения, плотности шрифта. Этот признак актуален в наши дни, особенно при мобильном образе жизни, которую ведет современный человек. Частично проблему восполнения информационной потребности решают электронные средства передачи информации, но полностью удовлетворить их

¹ Зберский, Т. Семиотика книги / Т. Зберский, М. Червинский / Пер. с польск. Т.Я. Казавчинской. – М. : Книга, 1981. – С. 72.

они не могут. Признак долговечности изначально предопределяет продолжительность существования книги, и только время может разрушить эту предопределенность.

Ученые-книговеды начала XX столетия вывели зависимость формы книги от общего состояния культуры той или иной эпохи, отметив при этом, что книга должна «соответствовать обычаям и традициям, установившимся в той или иной местности»¹. Архитектора издания должна подчиняться общему замыслу и корреспондировать со всеми элементами оформления, составляя единое целое. Клубные, юбилейные, сувенирные издания относятся к классу повышенного качества. Подарочные издания, призванные удовлетворять не только информационные, но и эстетические потребности, напротив, изначально выпускаются в такой материально-конструктивной форме, которая предполагает бережное хранение и продолжительное существование. Печатное издание, предназначенное для массового потребления, выполняется на книжно-журнальной бумаге. Издания повышенного качества – на бумаге машинной гладкости, на мелованной и глазированной бумаге.

К числу обязательных элементов книжного кодекса относятся книжный блок, переплет, обложка. Остальные элементы внешней материально-конструктивной формы издания оформляются в зависимости от его вида, эстетических вкусов редактора и оформителя и от финансовых возможностей издательства, а также от принятой там практики оформления изданий. Элементы внешнего оформления издания содействуют позиционированию издания на книжном рынке и преследуют цель – выделить конкретное издание из общего ряда, заинтересовать читателей и стимулировать приобретение книги.

Книжный блок состоит из печатных **тетрадей**, подобранных в логической последовательности по ходу изложения текста. Тетради нумеруются для удобства их подборки в книжный блок. Нумерация тетрадей называется сигнатурой. Для составления книжного блока тетради обрезаются с трех сторон книжного блока (сверху, снизу, с правой стороны) и скрепляются между собой по левому полю в корешке, называемым внутреннее, или корешковое поле. Правое поле называется наружное или переднее; верхнее поле – головное, нижнее – хвостовое. Все страницы книжного блока нумеруются, нумерация страниц называется пагинацией.

¹ Яновский, М.Ф. О книге. Опыт анализа понятия «книга» / Предисл. С.И. Маслова / М.Ф. Яновский. – Киев: Изд-во «Культура», 1929. – С. 101.

Книжный блок помещается в **переплет или в обложку**. К элементам переплета относится передняя и задняя сторонки переплетной крышки, покровный материал, изготовленный из различных материалов - картона, ткани, ледерина, коленкора, кожи. С 2013 года стали применяться новшества – металлизированные обложки¹. К элементам переплета относятся корешок, отстав, форзац. Крепление блока к корешку бывает клеевое, проволочное, ниточное. Края переплета, выступающие за пределы книжного блока, называются кантами.

Переплет выбирается в зависимости от многих факторов. Переплет из бумаги используется в изданиях, предназначенных для непродолжительного срока службы, например, для справочников карманного формата и нормативно-инструктивной литературы. Для более длительного использования в изданиях применяется бумага, покрытая полимерной пленкой.

Наиболее употребительным является переплет № 5 – составной, жесткий переплет с картонными сторонками. Этот переплет предназначен для учебников, справочников, научных изданий, изданий художественной и детской литературы, рассчитанных на долговременное и частое использование. Переплет № 7 – жесткий, цельнотканевый переплет с картонными сторонками; переплет 7А – жесткий, с бумажными сторонками, покрытыми синтетической пленкой. Эти переплеты предназначены для изданий по искусству и для собраний сочинений. В улучшенном варианте с тканевыми сторонками этот переплет идет на капитальные издания, в частности, энциклопедии.

Обложка представляет собой бумажное покрытие книжного блока с защитным слоем прессованной пленки. Она состоит из первой – лицевой и последней - задней сторонок. Согласно ГОСТ 22240-76 различают четыре типа обложек: тип 1 – обложка для крылья внакидку; тип 2 – обложка для обыкновенного крылья; тип 3 – обложка для крылья вроспуск; тип 4 – обложка составная с окантованным корешком.

Функции обложки, как и переплета, заключаются в предохранении от загрязнений и порчи, обложка служит информационным и рекламным целям. Обложка может быть иллюстрированной,

¹ Борисова, С.Г., Бирюков В.А. Трансформация медиаиндустрии в условиях информационно-сетевой экономики // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2014. – № 4. – С. 128.

или содержать только текст. От качества подготовки и оформления обложки зависит в немалой степени успех издания. В современных переплетах на задней сторонке помещается аннотация, анонс книг, сведения об авторе, и этот информационный блок также играет стимулирующую роль в активизации покупки.

К элементам материально-конструктивной формы относится **суперобложка** – дополнительное бумажное покрытие книжного переплета, отпечатанное в несколько красок. Суперобложка служит для предохранения от истирания переплета, является элементом художественного оформления издания и играет декоративную роль. Издание может быть помещено в футляр, изготовленный из простого картона, обклеенного бумагой, или обтянутого тканью.

Для придания прочности соединения книжного блока с переплтом и для того, чтобы скрыть недостатки крепления, издавна применяется **форзац**. Он представляет собой четырехсторонний лист бумаги, сфальцованный в один сгиб. Форзац наклеивается на внутреннюю сторонку переплетных крышек, что придает книжному блоку аккуратный вид.

С противоположной сторонки переплетной крышки также крепится лист бумаги, который называется **нахзац**. Корешок переплета бывает прямой и круглый. На концы корешка прикрепляется капталь – тесьма шириной до 10 мм, край которой слегка утолщен и может отличаться по цвету от основного цвета тесьмы. Элементом украшения издания и свидетельством высокой издательской культуры является **ляссе** – ленточка, выполняющая функцию закладки.

Еще одним элементом оформления книжного блока является **фронтиспис**. Это иллюстрация, помещенная перед первым листом издания – титулом. Фронтиспис содержит иллюстрацию, портретную или сюжетную. Фронтиспис служит элементом украшения и печатается, как правило, на бумаге повышенной сортности.

В некоторых книгах можно встретить экслибрис, книжный знак владельца, свидетельствующий о принадлежности книги к лично му собранию. Экслибрис принято наклеивать на переплет, либо с внутренней, либо с внешней сторонки переплетной крышки.

Формат издания определяется размером бумажного листа и долей листа, на которую приходится одна страница издания. Выбор формата зависит от функционального назначения, содержа-

ния, объема издания. Издания большого формата от 84x108/8 до 84x90/16, употребляются в подарочных изданиях. Издания малого формата от 70x90/32 до 70x108/64 в нестандартных изданиях. Наиболее часто употребляемые форматы - от 70x100/16 до 70x108/32. Помимо стандартных форматов существует формат миниатюрного и портативного изданий. Миниатюрным считается издание, высота книжного блока которого по корешку не превышает 100 мм. Формат миниатюрного издания от 70x90/64 до 60x84/12. Портативное издание – это издание, в котором при небольшом формате помещается больший объем текста за счет убористого шрифта, или за счет современных приемов верстки текста и иллюстраций. Непосредственно с форматом связаны пропорции страницы, выражющиеся в соотношении ширины и высоты.

Титулatura издания состоит из титульного листа, авантитула, контратитула, концевого титульного листа. Титульный лист – одна из первых страниц издания; он может быть одинарным или двойным. На одинарном титульном листе помещаются только необходимые сведения, а на двойном - сведения, позволяющие более полно представить конкретное издание. Первая страница двойного титула именуется авантитулом; здесь может быть помещено название серии, логотип издательства, эпиграф, посвящение и т.д. Титульный лист может быть двойным. Он состоит из контратитула (с левой стороны) и следующего за ним титульного листа. Двойной титульный лист применяется в многотомных, серийных и переводных изданиях. Разновидностью титульных листов являются титульные листы – распашной титульный лист, совмещенный титульный лист и шмуц-титул. Распашной титульный лист позволяет поместить на двух страницах одновременно крупное изображение, например, репродукцию «Панорама Кремля» и сопровождает обычно иллюстрированные издания. Совмещенный титульный лист, напротив, используется в низкобюджетных изданиях, где текст начинается на той же странице, что и выходные сведения. Шмуц-титул помещается внутри издания и используется как дополнительный в целях рубрикации, например, выделения частей текста произведения.

Шрифт, как основной элемент графического оформления издания, играет существенную роль в восприятии текста. Гарнитура шрифта – это объединение разных по кеглю и начертанию, но одинаковых по рисунку букв. При выборе шрифта учитывается

ряд факторов. При выборе гарнитуры шрифта¹ и его размера руководствуются критериями содержания, целевого назначения и читательского адреса. Также нельзя игнорировать технологические возможности, которыми располагает полиграфия, а в современных условиях и компьютерные технологии. При выборе шрифта важным является принцип соответствия времени создания произведения, как наиболее отчетливый способ выражения духа времени. Особенно этот принцип свойственен изданиям собраний сочинений. Существует ассоциативный стиль интерпретации текста с помощью шрифтовой композиции. Шрифты имитируют, напоминают изображаемый предмет, объект. Считается, что наклонный шрифт вызывает представление о движении, траfareтный шрифт ассоциируется с упаковкой и т.д. В целом же шрифт в издании должен быть эргономичным, выразительным и адекватно воспринимаемым. Основной текст набирается шрифтами легкой насыщенности, полужирным шрифтом выделяются заглавия рубрик, курсивный шрифт используется при наборе текстов, носящих пояснительный характер, в качестве дополнения основного текста. В целом выбор шрифта определяет эстетическую ценность издания.

Вопросы для самопроверки:

1. Что включает понятие материально-конструктивной формы книги?
2. Какие требования предъявляются к оформлению современной книги?
3. Какие обязательные элементы должны быть в современном книжном издании?
4. Какие составные элементы книжного блока вам известны?
5. Какие элементы оформления выполняют эстетическую функцию?
6. Что такое формат издания, и какие бывают форматы?

¹ Гарнитура – комплект шрифтов разного графического начертания и размера, выполненных в одном стилевом решении.

1.2. Интернет и электронные средства информации

Интернет – всемирная система объединённых компьютерных сетей, образующих глобальное информационное пространство – **Сеть** (World Wide Web, WWW), содержащая доступную информацию. Данные о положительной динамике развития Сети представлены в ежегодных отчетах агентства печати и массовых коммуникаций. Статистика роста аудитории пользователей интернета регулярно обновляется. К концу 2014 года численность интернет – пользователей в России составила около 79 млн человек¹, или 70% населения страны старше 18 лет. При сохранении текущих тенденций в развитии и распространении интернета число пользователей вырастет приблизительно на 30 млн. человек. При этом к наиболее активной части интернет-пользователей (суммарной аудитории) можно будет отнести каждого второго россиянина – 56%, или примерно 63 млн человек. К такому выводу пришли аналитики проекта «Мир Интернета» Фонда общественного мнения (ФОМ). Интернет развивается очень стремительно, в то время как другим средствам коммуникации требовалось гораздо больше времени для достижения такой популярности, что отчетливо видно из приведенной таблицы.

Таблица 1

Развитие отечественных СМИ

Информационная среда	Время (лет)
Радио	38
Телевидение	13
Кабельное телевидение	10
Интернет	5

Самой популярной поисковой системой является Google, на чью долю приходится 83,87% запросов; оставшиеся доли процентов делят между собой Yahoo! Bing; Yandex и ряд других.

¹ Бутусов, О.М. Печатные средства массовой информации : анализ текущей ситуации и перспективы развития // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2014. – № 4. – С. 142.

Интернет можно определить как искусственно созданную человеком информационно-коммуникационную виртуальную среду, в которой протекает деятельность человеческого общества. В современном понимании интернет интерпретируется как «технико-технологически созданная новая виртуальная среда, в которой актуализируется коммуникационная деятельность человечества на межличностном, групповом и общественном уровне»¹. Действительно, если первой реальностью для человека была жизнь в природе; второй стала жизнь в цивилизации, то третьей становится жизнь в виртуальной среде – в интернете. Понятие «виртуальная реальность» впервые был употреблен американцем Дж. Леньером еще в 80-е годы прошлого века. Сейчас это понятие отражает возможное потенциальное состояние существующего, но отсутствующего в реальности материального мира. С помощью компьютерных технологий возможно моделирование окружающей действительности и явлений реального мира. Ключевым моментом «виртуальной реальности» является медиаконвергенция – взаимовлияние возможностей телекоммуникации, кинематографа, фото и видео, анимации. В компьютерном издании вся продукция подается в цифровой форме, что «должно выглядеть в точности так, как если бы произошло на самом деле, хотя этого и не могло быть»².

Современный книжный бизнес претерпевает революционные изменения, вызванные технологическими инновациями, которые повлекли за собой разделение книгоиздания на две ветви – традиционное печатное и инновационное электронное. Положительную динамику развития демонстрирует сегмент электронных изданий в разных странах. В США в 2013 г. продажи электронных изданий выросли на 3,8%, во Франции – на 1,5-3% (данные расходятся), в Италии рост составил 2%. В Испании также наблюдается рост продаж, возможно из-за снижения цен на электронные издания с 7,50 евро до 6,90 евро.

По состоянию на начало 2014 г. лидером по развитию рынка электронных изданий являются США, доля которых составляет 26%, за ними следует Китай – 12%, на третьем месте Германия и Япония, развивающиеся почти равномерно, несмотря на то, что страны находятся в географической удаленности друг от друга: 8%

¹ Сотникова, О.П. Веб-редактирование: содержание и формы деятельности редактора: автореф... канд. филол. наук / О.П. Сотникова. – М., 2014. – С. 14.

² Теракопян, М. Нереальная реальность / М. Теракопян. – М., 2007. – С. 55.

и 7% соответственно. Также наблюдается равномерность в развитии рынка электронных изданий во Франции - 4% и Великобритании - 3%¹.

Самым крупным игроком в США является компания Amazon, занимающая более половины всех реализуемых электронных книг в мире – 67%; с существенным отрывом действует компания Barnes&Noble, на долю которой приходится 12%.

О высокой степени концентрации электронного книгоиздания говорят и цифры из Великобритании, где компания Amazon завладела 79% рынка электронных изданий, в то время как английская Waterstone занимает чуть более 3%. Всего в 2013 г. в этой стране электронных книг было продано на 20% больше, чем в предыдущем, в то время, как в США – только на 3,8%

Во Франции объем оборота электронных книг составляет 1,5-3% общего оборота. В Италии доля электронных книг выросла до 4%².

В Германии сказались традиции, свойственные лидеру европейского книгоиздания, сохранившему тенденции равномерного развития различных секторов книжного рынка. На долю электронного гиганта Amazon в Германии приходится 46%, остальной рынок занимают местные компании и Apple.

С появлением электронных информационных технологий открылись новые возможности удовлетворения потребности в чтении. Электронные издания обладают более ёмким коммуникационным потенциалом, чем печатные издания. Преимущество обеспечивается за счет таких опций, как дополнительные коммуникационные сервисы, гипертекстовая разметка текста, многоуровневый поиск и др. Принцип мультимедийности повышает информационную и эстетико-культурную насыщенность продукта, а его агрегированность способствует экономии времени пользователя и повышению интенсивности чтения.

В электронной среде, помимо ставших уже традиционными приемов, таких как размещение обложек, аннотаций, отрывков текстов, все большее внимание уделяется читателю и с наибольшей степенью полноты проявляется принцип персонифицированного подхода к клиенту. Сайты предоставляют возможность разместить о себе информацию, стать членом клуба по интересам,

¹ Данные взяты из доклада Р. Вишнебарта: Мировой рынок е-книг: лидером остаются США // Pro-books.ru / sitearticles. (Дата обращения – 29.05.2014).

² Там же.

поучаствовать в обсуждении не только прочитанного текста, но и событийного ряда. К работе в on-line режиме привлекаются авторы, известные персоны, знаменитости. Ставка делается на тех, чье мнение в данный момент авторитетно, кому читатель доверяет. Выступления, критические эссе, высказанные мнения – все работает на активизацию чтения.

Активность аудитории в on-line режиме обусловлена психологической комфортностью общения, когда человек не испытывает давления со стороны и более раскрепощен. Для большей привлекательности на Западе издатели внедряют инновационные книжные сервисы. Наиболее интересным из них можно назвать проект «Геном книги», смысл которого заключается в том, что с помощью компьютерной программы анализируются части произведения по различным критериям. Как свидетельствуют организаторы проекта¹, любая книга в электронном виде может быть проанализирована по нескольким тысячам показателей и можно определить, чем она подходит, или не подходит конкретному человеку. Помимо уже прижившегося в нашей стране проекта «Книжная игра» в перспективе новые проекты, привлекающие читателей-пользователей. В Германии получил развитие проект, который позволяет создавать электронное издание самостоятельно на основе имеющегося текстового документа на сайте. Пользователь наделяет издание всеми необходимыми элементами аппарата – название, индексы, аннотация и др. После этого на сервисе происходит регистрация, выдается страница, ссылку на которую можно использовать на собственное усмотрение². Организаторы сервиса видят перспективы в активном привлечении преподавателей, писателей, ученых.

Особо злободневно в условиях дефицита свободного времени у современного человека выглядит предоставленная возможность пользоваться электронными изданиями, а также участвовать в акциях в удобное для читателя время. Возможность свободного выбора, регулярное присутствие в информационном поле создает ощущение включенности в контекст событий во всех интересующих человека сферах жизни общества. Электронные издания создают среду не только для имперсонального общения читателя с текстом произведения, но и для межличностного общения.

¹ Анастасян, С. Что ждет нас в сфере книжных инноваций? // Книжная индустрия. – 2014. – № 8 (120). – С. 66.

² Там же.

Новое проявление в электронном пространстве заключается в том, что категорию авторов пополнили подростки и дети, активно участвующие в литературном творчестве. Привлекает внимание пользователей компонент персонификации, характерный для электронного издания.

Одним из направлений развития современной информационной коммуникации является интерпретация, или создание нового авторского произведения на основе уже существующего. Еще древнегреческий философ Платон считал недостатком устойчивый характер авторского произведения. Известно, что и в античные, и в более поздние времена, вплоть до принятия законов об авторском праве, допускалось вольное обращение с текстом. Можно было изъять целые фрагменты, или добавить части из других произведений. Была распространена практика размножения текстов, когда сочинители, или чтецы-декламаторы оглашали вслух произведения, а копиисты записывали за ними что услышали, допуская при этом неточности и ошибки. Это явление справедливо было замечено учеными, отмечавшими, что «однажды написанное начинает жить самостоятельной, независимо от автора, жизнью»¹. Также известны нередко встречающиеся записи на чистых листах рукописных книг. Исследователи считают, что чистые страницы оставлялись переписчиками специально для того, чтобы читатель мог внести свои рукописные пометы, или включил фрагменты из других понравившихся ему книг. В период печатной книги издатели для этой цели специально оставляли несколько пустых страниц. Некоторые печатные книги выпускались с большими полями, на которых можно было оставить свои комментарии или пометки.

Также практиковалась переделка произведений самими читателями. Переделывали произведения своих предшественников, с учетом специфики своего времени и условий жизни, и сами авторы. Так, известно, что основой сюжета для «Сказки о золотом петушке» А.С. Пушкина послужила «Легенда об арабском астрологе из «Альгамбры» Вашингтона Ирвинга, а великий русский баснописец И.А. Крылов адаптировал сюжеты басен французского писателя Ляфонтена.

Наиболее известен пример переделки произведений Гоголя, особенно тех, что были с элементами мистики. Авторы лубочной

¹ Цит. по: Яновский, М.Ф. О книге. Опыт анализа понятия «книга» / Предисл. С.И. Маслова / М.Ф. Яновский. – Киев: Изд-во «Культура», 1929. – С. 154–155.

литературы, работавшие за гротеск на потребу рынка, придавали своим творениям устрашающие громкие названия «Три ночи у гроба», или «Страшный колдун и великий чародей». История донесла до нас множество имен авторов, которые, по их же выражению, переделывали произведения так, чтобы было «позабористее».

В современном электронно-коммуникативном пространстве переделке подвержена практически вся информационная база. Это не только произведения литературы, но и игры, кино, ТВ, мультфильмы и даже программное обеспечение. В настоящее время приобретает популярность «визуальный роман» и «графическая новелла», представляющие интерпретированные произведения известного автора, передача которых происходит с помощью интерактивных мультимедийных средств, где задействован текст, звук, видео. Это книга-игра, в ее основе лежит литературное произведение, сюжетная линия которого может развиваться в зависимости от воли читателя, но в соответствии с предложенными вариантами. В России книга-игра в печатном виде впервые стала выпускаться в 1990-е годы. В дальнейшем в связи с развитием цифровых технологий книга-игра перекочевала в электронное пространство. В электронной версии автор выступает в качестве главного героя и ведет повествование от своего имени. При этом читатель-игрок для большей выразительности использует экраны эффекты – мимику, позы, жесты героев. Принято считать, что этот набор средств в некоторых случаях является достаточным условием для понимания сюжета иноязычных визуальных литературных произведений. Существуют переводы визуальных произведений с иностранных языков, а также созданные отечественными производителями. Как правило, книги-игры создаются игровыми компаниями, поэтому они еще не стали полноценными сетевыми изданиями и не подпадают под существующие издательские стандарты.

Трудно поддаются переделке манга из-за того, что надо глубоко разбираться в культуре японской жизни и философии японцев. Также редко переделывают сериалы, так как их просмотр требует больших затрат времени.

В современное время, в отличие от прошлого, переделка требует серьезных интеллектуальных усилий. Например, переделка, основанная на антонимии: в ней закладывается куплет из известной песни, слова которой записаны антонимами.

Принцип действия электронных средств коммуникации заключается в том, чтобы доступ к информации был обеспечен там и тогда, когда в ней есть потребность. Одним из каналов продвижения является on-line канал, где инновации сочетаются с креативными идеями, современными технологиями, уровнем сервиса. Как считают специалисты, в современных условиях развития книжной индустрии «нужно стать проводником и брокером новых идей, а не просто продавцом услуг и продуктов»¹.

Электронная коммуникация порождает специфический синтаксис. Появились новые смысловые единицы в книгоиздании, книжной торговле, библиотечном деле. Расхождения в понимании новых явлений информационной коммуникативной среды порождают различные словосочетания: информационные ресурсы, электронные информационные ресурсы, электронная информация, электронная издательская продукция. Наиболее приемлемым и часто употребляемым термином в среде профессиональных книжников является термин «электронное издание». Согласно ГОСТ Р 7.083-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения», электронное издание определяется как электронный документ (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения.

Также вводится понятие «электронный документ» – это документ в цифровой форме, для использования которого необходимы средства вычислительной техники или иные специализированные устройства для воспроизведения текста, звука, изображения². Электронное издание определяется как сайт (или группа сайтов), предназначенный для решения задач, реализация которых возможна только с помощью веб-технологий. Электронное издание может быть представлено в форме веб-ресурса. Согласно последним исследованиям, сайт – «это новая форма произведения», а новым способом организации такого произведения является сетевое издание³. Сайт обладает признаком мультимедийности. Характерной особенностью сайта и сетевого издания является то, что они

¹ Издательское дело в 2010 году – точки перелома. URL: <http://www.mysl.su>. (Дата обращения – 03.03.2014).

² ГОСТ Р7.083-2013. Национальный стандарт РФ. СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. – М., 2013. – 21 с.

³ Сотникова, О.П. Веб-редактирование: содержание и формы: автореф... канд. филол. наук / О. П. Сотникова. – М., 2014. – С. 13.

существуют «только в интернет-среде»¹. Существенно новым признаком электронных изданий является то, что они состоят из постоянных и переменных информационных модулей, которые могут обновляться через определенные промежутки времени.

Электронное издание должно быть зарегистрировано как средство массовой информации в ФГУП НТЦ «Информрегистр». Эта структура существует с 2003 года, и за последние 10 лет было зарегистрировано около 27500 электронных изданий разной направленности². Электронное издание должно иметь ISBN, систему навигации или меню, а также гиперссылки.

1.3. Состав электронных изданий

Тексты

Основной частью большинства электронных изданий являются текстовые фрагменты. Некоторые издания целиком текстовые. Если такое издание набрано на компьютере в любом текстовом редакторе, то по природе основной информации оно является текстовым электронным изданием. Разновидностью такого издания являются деривативные электронные издания, где материал печатного издания представлен в составе электронного издания наряду с другими материалами. С ростом объема текстовой информации, доступной в сети, массовая культура переходит от текста к видеоряду. Чтобы ориентироваться в потоке информации создаются видеопрезентации, размещаются видеорецензии, размещаются видеоревью. Для этой цели используют некоторые каналы YouTube.

Иллюстративный материал

Известно, что издательства и полиграфисты очень осторожны при включении иллюстраций, особенно цветных, в тиражируемые книги. Это связано с тем обстоятельством, что иллюстрации требуют специальной обработки, в том числе, растиривания, а цветные еще и цветоделения, в результате чего усложняется и удорожается производство книг.

В электронных изданиях этой проблемы не существует, так как абсолютное большинство компьютеров снабжены цветными мониторами и программными средствами для воспроизведения иллю-

¹ Сотникова, О.П. Указ. соч. – С. 9.

² Информрегистр. URL: <http://db.inforeg.ru/deposit/catalog/default.asp>. Загл. с экрана. (Дата обращения – 07.03.2014).

стративного материала. Поэтому в электронных изданиях следует использовать такое количество иллюстраций, которое требуется для наилучшего восприятия и понимания материала, причем их формат может быть гораздо больше, чем в изданиях, тиражируемых печатным способом. Иллюстративный материал содержит на несколько порядков больше информации, чем текст, занимающий то же самое пространство на странице, и гораздо эффективней воздействует на чувства человека.

Скорость восприятия иллюстративной информации также многократно выше, чем скорость восприятия текста. Это связано с особенностями визуального восприятия информации человеком. Зрительные образы в виде графических объектов воспринимаются лучше и надолго удерживаются в памяти.

В современное время визуализация информации осуществляется не только в виде иллюстраций, сопровождающих текст, но и в виде инфографики¹, представляющей объемную информацию в компактной форме. Цель инфографики – способствовать развитию информационной и коммуникационной культуры. Принципы инфографики:

- визуализация информации;
- лаконичность изложения;
- детализация материала;
- доступность восприятия;
- заинтересованность в познании.

Инфографика способствует повышению информативности материала, улучшению качества его понимания и усвоения. Приемы инфографики содействуют продуктивному управлению вниманием, привлечению и активизации работы читателей. Помимо этого, подача материала в графической форме экономит время пользователей. Представляется актуальным вопрос о соотношении текста и инфографики в электронном издании, так как они компонуются без учета того, сколько места займет изображение, чего нельзя сказать о печатном варианте.

Не менее существенным достоинством инфографики является возможность объемного изображения. Вместе с тем книга обладает рядом свойств и качеств, которые не поддаются передаче в оциф-

¹ Куприянова Т.Г. Инфографика и ее роль в формировании информационно-коммуникативной культуры //Актуальные направления повышения качества образования в области полиграфии и книжного дела: электронное обучение и сетевые формы реализации образовательных программ: Межвузовская научно-методическая конференция МГУП: сб. тезисов. – М.: МГУП, 2013. – С. 16–18.

рованном виде. Таковыми являются следы реставрации, фактура бумаги, качество кожи, вес издания и др. До недавнего времени не удавалось точно воспроизвести все краски и оттенки оригинала. Сейчас эта проблема практически решена за счет новых программных продуктов.

В процессе создания модели для инфографики требуются знания редактора и веб-дизайнера, они, как правило, работают вместе. Главная роль в этом процессе отводится редактору, который продуцирует идею, в которую закладывается определенный смысл. Реализует поставленную задачу дизайнер, составляющий из нескольких слайдов изобразительный ряд. На этой основе формулируются выводы, основанные на обобщении материала.

Особенно актуально использование приемов инфографики в представлении статистических данных, например, об объемах выпуска издательской продукции в виде столбчатых или круговых диаграмм, синхронистических таблиц. В данном случае приемы преобразования цифровых данных в фактический материал повышают информативность сообщения. Эффективным является метод наложения одного графика на другой, или их совмещение.

Используется также анимация, позволяющая наглядно изобразить исторические процессы, которые «канули в лету», или труднодоступны для восприятия при их устном изложении. Элементы иллюстративной базы с помощью гиперссылок могут быть соотнесены с материалами других электронных публикаций, связанных единством объекта и предмета изучения. Таким образом, актуализируется принцип комплексности, что увеличивает коэффициент восприятия материала и достигается конечная цель инфографики – повышение культуры чтения.

Звуковое сопровождение

Неотъемлемой частью многих электронных изданий является звуковое сопровождение. Это может быть авторский текст или ремарки, шумовые эффекты, иллюстрирующие происходящие события и делающие их описание более реалистичным. Звук может синхронно сопровождать включенные в издание видеокадры или анимацию. Текстовая и звуковая информация в совокупности способствует более глубокому усвоению и запоминанию материала.

Анимация и видео

Важнейшим преимуществом электронных изданий является возможность их оформления с помощью видеоряда или анимации,

единственным ограничителем которых служит аналоговый формат вещания на телевидении. Цифровой формат, используемый в компьютерном видео, отличается несравненно более высоким качеством воспроизведения и разрешающей способностью, но требует большого объема памяти для хранения видеинформации и высокой пропускной способности для ее воспроизведения с необходимой частотой кадров. Поэтому предпочтительнее использовать в электронных изданиях компьютерную мультипликацию или простые анимационные файлы. Они довольно часто используются в видео-трейлерах.

В последнее время набирают популярность бук-трейлеры¹. Впервые они появились в издательском деле в 2003 г. в Лос-Анджелесе. Первый бук-трейлер был сделан наподобие кино-трейлера. Он представляет собой короткий видео-ролик, содержащий сюжетную интригу, яркие эпизоды, выдержки из текста. Бук-трейлер анонсирует выход книги, носит рекомендательный характер и используется в рекламных целях. Проведение подобных акций практически мало затратно для издателей и полезно для читателей.

Вопросы для самопроверки

1. В чём преимущество электронных средств информации?
2. В чём недостатки электронных средств информации?
3. Какой ГОСТ распространяется на электронные издания?
4. Какова специфика иллюстративного материала в on-line изданиях?
5. Какова специфика инфографики?
6. Какую роль играет звук и анимация в электронных изданиях?
7. Что такое буктрейлер?

¹ Зимина, Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2012. – № 2. – С. 170–179.

II. Виды информации

2.1. Текстовая информация

Информация бывает текстовая, визуальная (изобразительная) и аудиальная (звуковая). Наиболее распространенной является текстовая информация, которая передается через языковые символы. Текстовым источником информации может быть издание, которое содержит более 50% текста. Изобразительная информация обычно совмещается с текстовой информацией. Она может носить как сопроводительный характер, так и быть основным источником информации. В качестве изобразительной информации может выступать альбом с фотопроприкциями, издание с изображением картин, лубочные издания, комиксы, схемы сборки чего-либо и др.

Произведения, зафиксированные графическими знаками, могут быть выражены разными «языковыми системами»: литературные или вербальные — вербальной, то есть словесной знаковой системой. Это могут быть изографические, выраженные способом изображения (рисунки, фото и т.п.). Идеографические выражаются способом идеограмм, дающих обобщенное, синтетическое представление о предметах, явлениях, мыслях (карты, планы, схемы, диаграммы, графика и т.п.). Сигнально-графические — выраженные через условные знаки — «сигналы», способом условных обозначений, сокращенно или упрощенно обозначающих понятия, представления, образы (ноты, формулы в точных и естественных науках и т.д.). Изографические, идеографические и сигнально-графические произведения существуют чаще всего не самостоятельно, а в тесной взаимосвязи с текстом произведений. Графическая информация в интернет-источниках может быть растровой или точечной и сопровождаться музыкальным оформлением и текстом. Данный вид информации относится к мультимедийной. Отличительной особенностью информации в сети является возможность корректировки текста или изображения.

В структуру информационно-коммуникативной системы входит литература. Она тесно связана с уровнем развития языка и виды литературы (текстовой информации) складывались постепенно под влиянием общественных потребностей, в связи с развитием общественной практики, приведшей к дифференциации общественного сознания и расширению сфер и целей человеческого общения.

Так, художественная литература является результатом словесного художественного освоения действительности.

Вид литературы объективно определяется системой признаков: предмет, целевое назначение и читательский адрес, взятых не как механическая совокупность, а в их диалектическом единстве. Важным признаком литературы является синкретизм¹, то есть нерасчленённость различных видов чего-либо, первоначальная слитность в каком-нибудь явлении, свойственная ранним стадиям развития.

Литературное произведение — это разновидность произведений, отличающаяся словесным способом выражения информации. Литературное произведение может существовать в уме автора, в его памяти, но такая форма существования является субъективной, недоступной для восприятия другими людьми. Объективную форму литературное произведение приобретает в том случае, когда попадает в систему общественной коммуникации благодаря устному исполнению или письменной фиксации. В устном исполнении словесное произведение еще не имеет литературной формы. Термин «литература» происходит от лат. *lit(t)era* — название графического знака для передачи на письме звука (фонемы) как части слова. Литературное произведение становится таковым именно в письменной форме.

Литература — трактуется как совокупность литературных (словесных) произведений, имеющих не личное, а общественное значение. Кроме того, иногда литературой называют совокупность нелитературных произведений, выраженных графическими знаками, например «книжная литература». Последнее выражение можно считать неточным использованием термина «литература».

Тесно связано с понятием «литературное произведение» понятие «произведение письменности». Иногда последнее используют в качестве синонима первого. Но в нем есть определенный оттенок, позволяющий понимать его как литературное произведение, выполненное именно рукописным способом. В терминологических целях представляется необходимым выяснить содержание данной категории. В книговедении стало традиционным следующее различение: письмо — «дополнительное к звуковой речи средство общения», а письменность — «результат использования этого средства, то есть совокупность документов, выполненных письмом». Ос-

¹ Синкретизм (лат. *syncretismus*, от греч. Συγκρητισμός — «федерация критских городов»).

новные признаки, присущие письму, можно свести к следующим: знаки, передающие человеческую речь, мысли; материал, на котором они закреплены и функции — «закрепление работы памяти с целью передачи мыслей во времени и на расстояние; наличие (реального или подразумеваемого) адресата — читателя, которому письмена предназначены». Но и в таком понимании письменности есть различия. Одни считают письменными только те произведения, которые написаны от руки, в отличие от напечатанных (в выражении «произведения письменности и (или) печати»), другие — все памятники письма, «безотносительно к технологии нанесения или способу размножения (высекание на мраморе или офсетная печать)», то есть все письменные верbalные документы.

С другой стороны, понятие «письменность» охватывает не только словесные (литературные) произведения, но и изобразительные (рисунки, миниатюры и т.п.), и нотные, и картографические произведения, если они выполнены рукописным способом («от руки»). Тогда «письменное произведение» (или «произведение письменности») — это не только литературное (словесное) произведение в рукописной форме, но и любое рукописное произведение, выраженное графическими знаками. Следовательно, к письменности относятся не только документы, передающие речь, то есть словесную информацию, но и изобразительные, и нотные. Наконец, понятие «письменности» может включать только целостные произведения, а может и любые памятники письма: эпиграфические, нумизматические, сфрагистические надписи и т.п.

Литературное (словесное) произведение может принадлежать к любому виду творчества: научному, художественному, публицистическому и т.д. Литературное произведение будет организовано по-разному в книге, в журнале, газете, в электронном виде. Литературное произведение (или *произведение литературы*) — это не обязательно «произведение художественной литературы», или «беллетристики»; это просто литературный (текстовой или вербальный) документ.

Основное содержание научных исследований (поставленные задачи, методика, ход и результаты) освещается в произведениях, относящихся к **научно-исследовательской литературе**, рассчитанной на специалистов, ученых соответствующих отраслей знания.

Параллельно с научно-исследовательской литературой, иногда одновременно, а чаще — с опозданием, научные исследования от-

ражаются в произведениях научно-популярного типа. Авторами их могут быть сами творцы науки, но чаще — ее популяризаторы. Научно-популярная литература содержит систематизированное знание о различных явлениях, фактах, которых способствуют формированию объективного представления об окружающей реальности, развитию интереса к познанию нового. **Научно-популярная литература** отражает достижения науки, имеющие общественное значение и имеет целью распространение научных знаний в обществе, как правило, среди неспециалистов соответствующих отраслей знания; их внедрение в общественную психологию (повседневное сознание). Наиболее полное определение характеризует научно-популярную литературу как «совокупность литературных произведений, содержащих сведения о теоретических и экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и прикладной деятельности, служащих для распространения научных знаний...»¹. Произведения научно-популярной литературы могут носить информативный или проблемный характер, в зависимости от чего определяется читательский адрес.

Близкую, но отличающуюся цель, имеют произведения **учебной литературы**. Учебная литература выполняет функцию передачи научных знаний и практического опыта, обслуживая потребности системы образования.

Цели внедрения научных знаний в производство, в практическую деятельность людей в разных сферах общественной жизни служит **производственная литература**. Она обеспечивает выполнение наукой ее активной общественной роли как непосредственной производительной силы.

Роль посредника между «готовыми», устоявшимися научными знаниями и производством (как материальным, так и духовным), а также системой науки, производства и образования выполняет **справочная литература**. Отдельные жанры справочной литературы различают по степени глубины научно-исследовательской работы, необходимой для их создания, по конкретной цели (помощь в научных исследованиях, в производственной деятельности, в образовании и самообразовании) и, соответственно, по читательскому адресу.

Научно-информационная литература служит оперативному ознакомлению специалистов с достижениями науки и произ-

¹ Рябинина, Н.З. Проблемы типологии научно-популярной литературы // Книга. Исследования и материалы. – 1984. – Сб. 48. – С. 45.

водства, как правило, отраженными в первичных научных документах. Научно-информационная литература состоит, в основном, из вторичных документов.

Особую роль в связи науки с производством, а также в управлении желаниями и действиями отдельных групп людей, играет рекламная литература. На первое место в рекламных произведениях выступают коммерческая цель, расчет на психологическое влияние на потребителей (покупателей) какой-либо продукции или услуг. В то же время реклама выполняет не только коммерческие, но и агитационно-пропагандистские, научно-популяризаторские функции, а также оказывает помочь производству, обеспечивая его информацией о новейшем оборудовании, материалах и услугах.

Уровень общественной психологии характеризуется отражением действительности в виде чувств, определенных стереотипов и т.п., основанных как на знаниях, так и на неосознанных представлениях. Эти черты присущи **развлекательной** литературе, к которой относятся тексты кроссвордов, шарад, игр и т.п. (что обычно даже литературой не считается).

В отдельных видах общественного сознания типы литературы, соответствующие сфере науки, отличаются от охарактеризованных выше типов литературы, в которых воплощаются научные знания. В частности, религиозное сознание отражается в типах **теологической (богословской), религиозно-популярной, учебной, справочной** литературы по религиозным вопросам.

Отдельным необходимым направлением в типологии литературы является классификация литературных произведений по жанрам. Некоторые из жанров более разработаны и известны (например, жанры художественной литературы), другие — менее.

Жанр литературного произведения, то есть текстового документа, определяется по комплексу признаков, характеризующих, главным образом, внутреннюю форму документа: предмет и способ отражения действительности, объем документа, степень сложности его структуры, стиль изложения материала и т.п. Все эти признаки подчинены целевому и читательскому назначению документа. От него зависит определение основного типа литературы, к которому относится данное произведение.

Дифференциация на жанры происходит внутри того или иного основного типа литературы. Существуют жанры, которые точно от-

носятся к определенному типу литературы (например, диссертация — к научно-исследовательской литературе; энциклопедия — к справочной и т.д.). Однако наряду с ними существуют жанры, относящиеся одновременно к нескольким типам литературы (например, инструкция, правила — к правовым первоисточникам и к производственной литературе; путеводитель — к справочной и рекламной литературе и т.п.).

Некоторые жанры литературных произведений, возникшие в пределах определенного типа литературы, распространяются и в других типах. Перечень жанров того или иного типа литературы нельзя считать точно определенным и завершенным. Например, монография возникла как жанр научно-исследовательской литературы, но позже начали создавать и научно-популярные монографии, и производственно-практические. Характерные черты жанра монографии (тщательное всестороннее исследование одной темы) в них сохраняются, но приобретают иное направление.

Существуют научные исследования, посвященные отдельным жанрам (например, научной монографии), в то время как в некоторых типах литературы не определен точно далее перечень основных жанров (например, в производственной литературе, рекламной).

Вопросы для самопроверки

1. Как трактуется понятие «литературное произведение»?
2. Когда литературное произведение приобретает объективную форму существования?
3. В чём различие между понятиями «письмо» и «письменность»?
4. Какие известны виды литературы?
5. Какие признаки определяют целевое и читательское назначение документа?
6. Каковы цели научной и научно-популярной литературы?
7. Какие признаки определяют жанр произведения?

2.2. Изобразительная информация

Часто у редакторов и художников возникает вопрос: каждое ли литературное произведение нуждается в иллюстрациях, нужны ли они читателям? Некоторые художественные критики, например Ю. Тынянов, полностью отрицали необходимость иллю-

стрирования художественных произведений. Однако, если взять литературу, повествующую о далеком прошлом, то современному читателю для полноты картины хочется видеть и облик героев, и их окружение. В этом случае иллюстрации помогают лучше увидеть нравы людей, их культуру, особенности покроя одежды, условия быта того времени, о котором идет речь в произведении. Есть и еще одно обстоятельство: большинство людей наиболее остро предрасположено к зрительному восприятию. А это значит, что иллюстрация будет способствовать более глубокому толкованию текста, помогать его правильному пониманию и хорошему запоминанию. Это тем более актуально, что прекрасными иллюстраторами во все времена были известные художники.

Практика иллюстрирования различных литературных произведений показала, что наиболее полезными читателю оказываются те иллюстрации, которые продолжают и дополняют рассказ писателя. Например, иногда писатель коротко говорит: «на улице», «утром», «в пальто». Пейзажи, предметы, какое-либо состояние он выражает скучно. Художник же, передавая их в зрительно ощущимых образах, конкретизирует то, что имел в виду автор. Таким образом, в иллюстрации возникают определенные образы и предметы. Часто художнику приходится по всей книге собирать отрывочные сведения для одного рисунка, часто пользоваться своим воображением. Такое продолжение рассказа писателя называется конкретизацией отдельных иллюстрируемых частей текста. Здесь редактор должен следить за тем, чтобы конкретизация была хорошо продумана и достаточно обоснована в результате глубокого изучения всего литературного произведения и исторической действительности, о которой идет речь.

Значительно удачнее станут иллюстрации, если художник попытается понять стиль писателя, чтобы стать в иллюстрациях соавтором, а не только комментатором и интерпретатором. Иллюстрация должна вызывать активное отношение к тексту, должна нести дополнение и развитие текста, а также быть с ним взаимосвязанной. Иллюстрация не должна стилистически противоречить литературному произведению (т.е. стиль автора и стиль художника должны соответствовать друг другу). Поэтому при оценке иллюстраций учитываются следующие моменты:

- соответствуют ли иллюстрации тексту;
- выражены ли в рисунках основные идеи автора;

- созданы ли художественные образы в иллюстрациях по художественным образам литературы;
 - сохранены ли индивидуальные черты творчества художника-иллюстратора;
 - правильно ли конкретизировано литературное произведение.
- Существуют различные виды иллюстраций, их можно рассматривать по значению и месту в книге, по их связи с художественными особенностями литературного текста, по технике исполнения и полиграфическому воспроизведению. Иллюстрации по значению и месту в книге и на странице могут быть разделены на несколько видов.

Иллюстрации-заставки. Они знаменуют начало одной из частей повествования, поэтому всегда помещаются в начале части или главы книги. По своему содержанию заставка может быть нескольких типов. Один из них — изображение сцены, описываемой в начале главы. Другой тип — заставка, говорящая о главной теме части или главы. Изображение на ней должно показывать кульминационный момент, подчёркивать то, что хотел выделить писатель. Третий тип — заставки, показывающие либо место действия, либо пейзаж, который должен вызывать у читателя соответствующее настроение.

В книгах обычно бывает несколько заставок, и редактору необходимо следить за единством их формата и типа. Читатель, остановив взгляд на заставках, проникается определённым настроением, с которым он должен вступить в произведение, подготавливается к активному восприятию текста.

Иллюстрации-концовки. Они применяются в конце частей, глав отдельных рассказов или всей книги. Иногда концовка показывает заключительное действие повествования, тесно сливающееся с тем, на чём заканчивает свой рассказ писатель. Другие концовки вызывают определённое настроение у читателя, которое звучит в тон литературному тексту. Они могут быть сюжетно-тематическими или символическими. Редактору здесь необходимо следить за тем, чтобы концовки хорошо композиционно сочетались с концевой полосой и воспринимались рисунками, заканчивающими текст.

Иллюстрации-заставки и иллюстрации-концовки взаимосвязаны друг с другом, потому что они начинают или заканчивают один и тот же текст. Эта зависимость должна учитываться редактором при выборе форм и тем заставок и концовок.

Иллюстрации полосные, полуполосные или форматные, оборочные и рисунки на полях. Все эти иллюстрации располагаются внутри текста, их место в книге определяется рядом с тем текстом, который они раскрывают в зрительных образах. Иногда полосные иллюстрации не удаётся расположить в соседстве с текстом, к которому они относятся. Это происходит из-за особенностей брошюровки, поэтому такие иллюстрации сопровождаются пометкой с указанием, к какой странице они относятся. Здесь редактору нужно обязательно проверить правильность ссылки. Эти иллюстрации отличаются форматом, выбор которого диктуется важностью иллюстрируемого события, образа и др. Например, кульминационные части повествования иллюстрируются полосными рисунками. Этим подчёркивается их значение, акцентируется внимание читателя на том, что изображается.

Менее значимые части повествования сопровождаются форматными иллюстрациями, или иллюстрациями в половину полосы. Они, как правило, небольшого размера, при этом величина рисунков на полях определяется величиной полей, выбранных для книги. Этот вид иллюстраций либо врезается в текст, либо помещается на полях страницы. Они выполняют функцию детализации текста. Текст к ним должен плотно прымывать сверху или снизу, либо одновременно и сверху, и снизу. В изданиях, где используются различные виды иллюстраций, редактору необходимо обращать внимание на их ритмичное чередование и равномерную насыщенность ими всего текста.

Иллюстрация-фронтиспис. Этот вид иллюстрации помещается перед титульным листом и занимает всё поле страницы. Фронтиспис играет важную роль, так как он является иллюстрацией ко всему литературному произведению или сборнику отдельных произведений. Содержание его выражается или в виде обобщения главных тем книги, или рисунком, раскрывающим наиболее яркую идею автора, или портретом главного героя, портретом писателя. Фронтиспис – это всегда прелюдия ко всему произведению, задающая тон.

В отдельных изданиях иллюстрацию выносят на обложку или переплет с целью донести содержание и главную идею произведения.

Иллюстрация на титуле и шмуцтитулах. Как и на обложке, рисунки на титульных листах могут заполнять всё поле страницы или быть композиционно подчинёнными шрифту. Содержание их такое же, как и на обложке, только трактовка лаконичней. Рисун-

ки на титульных листах употребляются для украшения титулов, а на шмунгтитулах рисунки раскрывают тему отдельных частей или глав книги.

Классифицируются иллюстрации в зависимости от их связи с литературным текстом и способом трактовки образов и ситуаций, описанных автором.

Иллюстрация действия передаёт через изображение действий сюжет литературного произведения. Выразительные жесты, движения, ракурсы фигур наглядно показывают наиболее острые ситуации, взаимоотношения и приблизительные характеристики персонажей.

Иллюстрация-портрет передаёт характеристику героя произведения. Художник собирает воедино все черты персонажа, которые писатель часто рассыпает по многим страницам произведения. Эти черты могут ускользнуть от внимания читателя, а собранные вместе они дополняют представление о том, или ином герое.

Иллюстрации предметно-познавательные. Они сопровождают текст в помощь читателю, так как содержат изображения предметов быта, строений, пейзажей, явлений природы и др. Их роль — показать читателю то, что ему незнакомо.

Обстановочные иллюстрации изображают детали обстановки, характерные костюмы, которые соответствуют определённому историческому времени и месту. Для передачи настроения и характера героев художники прибегают к так называемым, психологическим иллюстрациям. Благодаря этим иллюстрациям можно предполагать поступки героев, определять их отношение к другим действующим лицам.

Иллюстрации настроения или состояния. Их воздействие на читателя непосредственно эмоциональное. Размещаются чаще на обложках, фронтисписах, заставках, но бывают и внутри текста.

Ещё один вид иллюстраций — иллюстрации к произведениям, передающим мысли автора иносказательно, аллегорически. Это большей частью рисунки к сказкам, эпосу, басням и другим произведениям.

Все эти виды иллюстраций различаются по сюжетно-образным признакам, тесно переплетаются и взаимно проникают в виды иллюстраций, различающихся по месту и роли в книге. Иллюстрации могут быть выполнены в виде фотографии, рисунка, репродукции. В художественной литературе большей частью используются

рисунки, сделанные художником специально для какого-нибудь конкретного произведения, или рисунки автора к своему произведению. Репродукции с картин на темы литературных произведений также могут сопровождать текст. В репродукциях художник неизбежно даёт такое обилие деталей и характеристик второстепенных элементов сюжета, которое обычно служит во вред книжной иллюстрации, где нужно максимальное сосредоточение внимания на главном.

Вопросы для самопроверки

1. В чём проявляется специфика изобразительной информации?
2. Каковы функции иллюстрации в издании?
3. Какие виды иллюстраций вам известны?
4. Что должен учитывать редактор в работе с иллюстрациями?
5. В каких случаях используются иллюстрации-заставки?
6. Какую нагрузку несут иллюстрации-концовки?

2.3. Аудиовизуальная информация

К аудиовизуальной информации относятся кино-, видео-, фонофотопродукция и ее комбинации, созданные и воспроизведенные на любых видах носителей.

Массовые коммуникационные системы «книжное дело», «пресса», «радио», «кино», «телевидение» – есть формы способа организации произведения письменности (или технологических форм записи его текста) в произведение печати (для радио, кино и телевидения, компьютера – соответственно в радиопроизведение, кинематографическое произведение, телепроизведение, мультимедийное произведение), актуализированные соответствующими общественными коммуникационно-технологическими средствами.

Из сказанного очевидным становится различие и сходство издания, радио, кино, телевидения, мультимедиа как форм способа массовой коммуникации.

Различие между книгой, газетой, журналом и новейшими формами способа массовой информации (радио, кино, телевидение, мультимедиа), которое обыденным сознанием и в работах отдельных зарубежных социологов печати и книговедов представляется антагонистическим противоречием, на самом деле есть лишь

внешнее противоречие между традиционными (письменными) и новыми аудиовизуальными формами способа организации и превращения произведения индивидуального сознания в произведение общественного сознания. А точнее – противоречие между печатными и аудиовизуальными формами существования издания, ибо во всех этих случаях словесное литературное, музыкальное, или изобразительное произведение предшествует изданию. И в этом сходство печатных и аудиовизуальных форм способа массовой коммуникации.

Произведения могут существовать также в форме, **незафиксированной на материальном носителе**, который не изменяется с течением времени. Это, например, стихотворение или песня в устном исполнении, танец или театральное представление и т. п. Это — произведения, не зафиксированные в документальной форме. Современные средства записи информации позволяют фиксировать их звуковое или визуальное отображение в форме аудиального или аудиовизуального документа.

Существуют также произведения, выраженные в вещевой форме (то есть в форме трехмерного материального объекта): произведения скульптуры, архитектуры, декоративно-прикладного искусства; изделия материального производства и т. п. Они также могут быть отображены средствами записи информации в документальной форме. С другой стороны, сами документы (в том числе книги) являются произведениями человеческих рук и мысли как вещевые изделия.

Вопросы для самопроверки

1. Что относится к аудиовизуальной информации?
2. Каковы функции аудиовизуальной информации?
3. Какие массовые коммуникационные системы вы знаете?

III. Основные элементы издания

3.1. Понятие «текст»

Как известно, основным элементом содержания издания чаще всего является текстовая информация, проще говоря, текст. В предыдущей главе уже затрагивался вопрос о природе и сущности текстовой информации, но для того, чтобы полностью разобраться в этом вопросе, следует рассмотреть само понятие.

Итак, что же такое «текст»? Вариантов трактовки этого понятия на сегодняшний день много и единого мнения не существует. Это и не удивительно, учитывая, что термин используется в таких разных по сути своей науках, как лингвистика, текстология, литературоведение, филология, культурология, поэтика, риторика и др. Каждая из этих дисциплин определяет текст со «своей» точки зрения, опираясь на нужды науки. Так в *лингвистике (науке о языке)* текст - это реально высказанное (написанное) предложение или совокупность предложений, могущее служить материалом для наблюдения фактов данного языка¹. И этим термином обозначают не только записанный текст, но и всякое «речевое произведение любой протяженности – от однословной реплики до целого рассказа, поэмы или книги»². Текст обладает определенной прагматической установкой, жанровой и стилистической принадлежностью, специфическими внутренними и внешними связями, характеризуется связностью и цельностью.

Текстология (наука, восстанавливющая историю и судьбу текстов) рассматривает текст в аспекте истории его создания, и уделяет основное внимание его атрибуции (принадлежности, подлинности), датировке, установлению принципов публикации произведений, а при наличии текстовых вариантов – выделению основного текста.

В семиотике (науке о свойствах знаков) термин «текст» применяется к любой знаковой последовательности, способной выступать как самостоятельный знак. В семиотике текст рассматривается в тесной связи его с языком, как знаковой системой, а некоторыми теоретиками семиотиками, такими, как М.Ю. Лотман, А М. Пятигорский и другими представителями тарусско-московской семиотической школы текст сам приравнивается к знаку.

¹ Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. – М., 1966. – С. 365.

² Маслов, Ю.С. Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 1998. – С. 11.

А в *литературоведении* «текст» – строго организованная последовательность речевых единиц, которая рассматривается, как собственно речевая грань литературного произведения, выделяемая в нем наряду с предметно-образным аспектом и идейно-смысловой сферой. В *литературоведении* текст разделяется на основной текст произведения и, так называемый, «побочный», хотя здесь вернее обозначить его, как «дополнительный». К дополнительному тексту *литературоведение* относит заглавия и примечания, эпиграфы, посвящения, авторские предисловия, обозначения дат и мест написания, а также перечни действующих лиц и ремарки драматических произведений.

Каждое из приведенных выше пониманий текста по-своему точно. Текст является слишком объемным и многогранным понятием, чтобы современная наука могла дать ему единственно верное определение.

Вопросы для самопроверки

1. Какова функция текста в издании?
2. Как понимается текст в разных направлениях науке о языке?
3. Что такое основной и дополнительный тексты в издании?
4. Существует ли единый подход к понятию «текст».

3.2. Нетекстовые элементы издания

Нетекстовыми элементами издания можно назвать совокупность элементов, которые содержат информацию, дополняющую основной текст издания. Выражена такая информация в символной или графической форме. Нетекстовые элементы издания предназначены для расширения смысловой и содержательной нагрузки текста, повышая его доступность для читателя, обеспечивают наглядность предоставляемой информации, а, следовательно, и более глубокое понимание текста. Также нетекстовые элементы позволяют грамотно сжимать большой объем необходимой информации, преподнося ее в более краткой и удобной для использования форме.

К нетекстовым элементам издания относятся иллюстрации, чертежи, схемы, графики, диаграммы, таблицы, различного вида формулы (химические, физические и т.д.) и прочие символные

обозначения, не являющиеся текстом, но несущие смысловую нагрузку.

Поясним и вопрос об использовании нетекстовых элементов в качестве средства обработки и сжатия информации. Это правило касается всех без исключения перечисленных выше элементов. Так график способен наглядно отразить динамику какого-либо процесса, физическая формула – построить алгоритм вычисления необходимых данных, используя краткие обозначения подразумеваемых под символами явлений, таблица – систематизировать данные по нескольким параметрам и сделать информацию краткой и удобной для изучения и сравнительного анализа, а наглядный чертеж или иллюстрация исключает необходимость составлять подробное и детальное описание.

Спорным является положение и статус таблиц, как нетекстовых элементов издания. Традиционно таблицы причисляются к выше-перечисленным категориям элементов издания. Однако это вопрос дискуссионный: с одной стороны таблица представляет собой, без сомнения, графическую форму, но наполнена эта форма текстом. То есть таблицы являются неким переходным звеном между нетекстовыми элементами и текстовым блоком, причем, исходя из логики, таблицы находятся на этой ступени ближе именно к тексту, поскольку смысловую нагрузку в них несет текстовая информация. Поэтому таблицы можно было бы назвать скорее особой формой организации текста – удобной для использования и объемно функциональной. Однако, поскольку таблица может содержать в себе не только текстовую, но и нетекстовую информацию (таблица физических или математически формул), отрывать ее от нетекстовых элементов издания также не представляется возможным.

Среди основных функций нетекстовых элементов издания мы можем выделить следующие:

- **информационная** – посредством нетекстовых элементов читателю сообщается некий объем информации, как фактического (графики) так и символически-ассоциативного (иллюстрации к художественным произведениям) характера;
- **системно-аналитическая** – нетекстовые элементы, как правило, не только передают информацию, но и представляют собой результат анализа неких данных (диаграммы), а также дают возможность читателю провести дальнейший анализ самостоятельно (сравнение данных таблицы);

- **эстетическая** – относится преимущественно к художественным изданиям, где иллюстрации, орнаменты, буквицы и т.д. в первую очередь предназначены для удовлетворения эстетических потребностей читателя;
- **пояснительная** – нетекстовые элементы поясняют и дополняют основной текст издания, расширяя его понимание читателем и обеспечивая наглядность предоставляемой информации.

Стоит добавить, что если определения самого «текста» многочисленны и разнообразны, то четкого, зафиксированного в словаре терминов определения для «нетекстовых» элементов не существует до сих пор. Более того, очень часто можно увидеть, что вместо «нетекстовых», элементы называют «внетекстовыми», что в корне не правильно. Так в работах И.Н. Жаркова о внетекстовых элементах сказано следующее: «Кроме основного текста в издании могут содержаться внетекстовые элементы – таблицы, формулы, иллюстрации¹. В то же время в исследованиях В.И. Соловьева и Н.З. Рябининой мы находим следующую цитату: «большое значение с точки зрения лаконизации языка и уплотнения информации имеют различного рода средства, которые условно можно отнести к нетекстовым. Они могут быть выражены формулами, таблицами, иллюстрациями². То есть одни и те же элементы издания в разных источниках определяют и как нетекстовые и как внетекстовые, при этом лишь перечисляя их, но, не давая им четкого обобщенного определения.

Вопросы для самопроверки

- 1.Что представляют собой нетекстовые элементы книги?
- 2.Какие функции выполняют нетекстовые элементы в издании?
- 3.К какому классу элементов стоит относить таблицы?
- 4.К какому классу элементов относятся чертежи?

¹ Жарков, И.А. Технология редакционно-издательского дела: конспект лекций / И.А. Жарков – М.: Изд-во МГУП, 2002.

² Соловьев, В.И. Редакторская подготовка периодических изданий: учебное пособие / В.И. Соловьев, Н.З. Рябинина. – М.: Изд-во МГАП "Мир книги", 1993. – 100 с.

3.3. Внетекстовое пространство издания

Внетекстовые элементы издания – это элементы «обрамляющие» и дополняющие основной текст, представляющие собой информацию, выраженную в текстовой форме, но не входящую в состав основного произведения. Напомним, что понятие вытекающих элементов мы рассматриваем именно с точки зрения издания, а не с точки зрения художественного произведения, где к вытекающим элементам относят скорее художественные приемы автора. Мы же будем рассматривать вытекающие элементы в рамках уже готового издания, где будет нами разделяться основной текст произведения и все, что лежит за его пределами (вне этого текста).

К комплексу вытекающих элементов относится так называемый аппарат издания, точнее, большая его часть. Аппарат издания представляет собой совокупность дополнительных элементов издания, призванных пояснить, растолковать основной текст, способствовать усвоению содержания вошедших в издание произведений, облегчить читателю пользование изданием, а также помочь его обработке в статистических, библиотечно-библиографических и информационных службах¹. Об этом понятии подробно будет рассказано в следующей главе пособия. Пока же можно сказать, что вытекающие элементы в глобальном смысле выполняют в издании ту же задачу, что и нетекстовые – расширения смысла и информативности основного текста для читателя и помощи последнему в более глубоком проникновении в произведение.

Однако метод достижения этой цели у нетекстовых и вытекающих элементов различен по своей природе. Если нетекстовые элементы оперируют в основном лаконичным скжатием информации для ее выражения в более краткой и в то же время наглядной форме, то вытекающие элементы расширяют и сами рамки текста, дополняя его новыми объемами фактического материала. Тем не менее, и те и другие являются важнейшими рабочими инструментами редактора и позволяют ему играть в творческом процессе создания книги роль, соотносимую по масштабам с ролью самого автора. Однако, помимо вытекающих элементов издания, существует еще и понятие вытекающего пространства. Ввел в оборот это определение Ю.М. Лотман – один из ведущих исследователей в области семиотики.

¹ ОСТ 29.130–97, 3.1.3

По большому счету, **внетекстовое пространство** – совокупность всех нематериальных идей и представлений автора, использованная при создании произведения. В это пространство условно помещаются все те образы, авторские взгляды, мировоззрение, жизненные позиции автора, которые не нашли своего воплощения в рамках одного зафиксированного в тексте произведения, но от этого не становящиеся менее реальными и значимыми. Любой текст, по мнению Ю.М. Лотмана не существует, как литературное произведение и явление культуры без прочных связей с внетекстовым пространством или же «внетекстовых связей». Эти внетекстовые связи ученый характеризует, как отношение множества элементов, зафиксированных в тексте, к множеству элементов, из которого был осуществлен выбор данного употребленного элемента¹. Согласно предложенной теории, текст произведения сам по себе рассматривается, как знак и является самостоятельной структурной единицей. При этом текст не приравнивается к литературному произведению – это два самостоятельных понятия.

Литературное произведение, вне зависимости от того, является ли оно художественным или же нет, представляет собой совокупность текста и внетекстового пространства, которое создается при помощи знаковой системы языка. При этом в литературном произведении и текст, и внетекстовое пространство являются равно значимыми единицами, поскольку одно просто не может существовать без другого. Именно поэтому и материально выраженный текст, и внетекстовое пространство будут выступать в процессе моделирования произведения в качестве рабочих инструментов автора.

Здесь необходимо уточнить, что под моделированием произведения понимается, соответственно, процесс его воссоздания «во плоти». В целом картину и систему моделирования литературного произведения можно представить как процесс перевода существующей идеи из невещественного состояния в реально существующее. Причем процесс этот также неразрывно связан и с внетекстовым пространством и с самим текстом. Такой процесс можно назвать «декодировкой». В процессе моделирования автор условно декодирует свою идею средствами знаковой системы языка, превращая ее из понятной только для него в доступную для читателя форму.

¹ Лотман, Ю.М. Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Ю.М. Лотман.– СПб.: Искусство. – СПб, 1998. – 702 с.

Само внетекстовое пространство представляет собой бесконечное множество элементов, а, следовательно, с одной стороны его объем не может быть измерен, а с другой стороны в рамках литературного произведения оно не может быть полностью раскрыто и реализовано. Это объясняется тем, что при моделировании произведения автор в любом случае выбирает один из вариантов реализации внетекстовой ситуации, в то время как все остальные ее варианты остаются «неиспользованными» и продолжают существовать гипотетически наравне с «кодированной» версией. И на каждый сделанный автором выбор, таким образом, приходится бесконечное множество вариантов этого выбора, которые сделаны не были.

При прочтении литературного произведения читатель самостоятельно «декодирует» текстовый код автора, воспринимая таким образом информацию, заключенную в этом произведении. И результат этой декодировки, всегда будет отличаться от авторского варианта. Ярким подтверждением этого заключения является факт наличия такого культурного явления, как литературная критика, предлагающая варианты толкования одного и того же литературного произведения. Совпадение или же не совпадение авторского и читательского кода зависят от множества факторов: культура, уровень подготовленности читателя, язык, на котором написано произведение, историческое наследие и т.д. Например, при прочтении произведений иностранных авторов читатель автоматически декодирует текст, согласуясь с общей моделью представлений и реалий своей собственной страны. То же самое происходит и при прочтении исторических произведений, созданных в других условиях и временных рамках. Читательский код современников автора и читателя живущего в современном мире в этом случае будет существенно различаться, равно как и его восприятие и идентификация литературного произведения, как произведения искусства. Для примера скажем, что стихи А.С. Пушкина, положившего начало современному русскому языку и литературной традиции качественно иного формата его современниками воспринимались как прогрессивное новшество и не всеми идентифицировались как полноценное произведение искусства, поскольку существующие ранее литературные и культурные традиции существенно отличались от предлагаемых поэтом. Для современного же читателя произведения А.С. Пушкина являются классикой литературы и считаются произведениями «золотого века» поэзии, а в XX веке

представители направления писателей-футуристов и вовсе считали такую форму реализации произведения устаревшей.

Можно выделить четыре варианта соотношений авторского и читательского кодов:

- писатель создает текст как произведение искусства, и читатель воспринимает его так же;
- писатель создает текст не как произведение искусства, но читатель воспринимает его эстетически (например, современное восприятие сакральных и исторических текстов древних и средневековых литератур);
- писатель создает художественный текст, но читатель не способен отождествить его с каким-либо из тех видов организации, которыми для него исчерпывается понятие художественности, и воспринимает его с точки зрения нехудожественной информации;
- нехудожественный текст, созданный автором, воспринимается читателем как нехудожественный.

Также мы можем сказать, что главной задачей автора по отношению к читателю, очевидно, является задача моделировать произведение таким образом, чтобы авторский код в том виде, в котором он существует для создателя литературного произведения, дошел до читателя и был дешифрован им с минимальным искажением смысла. «Без внетекстовых связей текст становится — эстетически — произведением на чужом языке», — утверждает М.Ю. Лотман и с ним сложно не согласиться. Ведь наше восприятие искусства в целом и литературы в частности основывается на нашем уровне культурности, познаний, опыта и идей. «Не следует представлять себе дело и в следующем виде: текст создается автором, а внетекстовая часть “примышляется” читателем. Представим себе исключительный случай: писатель создает произведение заведомо без расчета на читателя (на необитаемом острове, в одиночном заключении). Все равно он создает не текст (и уж, конечно, не графическую запись текста), а произведение, в котором текст — лишь один из уровней структуры. Он сопоставляет текст с известной ему литературной традицией, со своими собственными предшествующими произведениями, окружающей действительностью, также раскрывающейся перед ним как определенная система уровней. Идеи автора, выраженные в произведении, также, бесспорно, не составляют всего объема его идей. Но понять их можно только в отношении ко

всей системе и совокупности его идей, т.е. к его мировоззрению как идеологической структуре»¹. Даже восприятие художественного и нехудожественного текста различаются между собой.

Художественная речь, как более образная и наполненная символичностью и многообразием смыслов, воспринимается читателем, как единое неделимое целое, в котором контекст играет первостепенную роль, а хронологическая последовательность событий может быть какой угодно. И некоторые вещи становятся для читателя понятными только после того, как он прочтет произведение целиком. Нехудожественный же текст воспринимается в качестве линейной последовательности, в которой каждое отдельное событие можно, при желании, обособить от остальных, и при этом для его осмыслиения читателю не понадобится обязательное знание остальных частей. Нехудожественный текст сам по себе более однозначен.

Вопросы для самопроверки

1. Что относится к внетекстовым элементам издания?
2. Что относится к внетекстовым элементам произведения?
3. Что такое внетекстовое пространство книги?
4. Что такое текстовый код?

¹ Лотман, Ю.М. Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство. – СПб., 1998. – 702 с.

IV. Корпус элементов аппарата издания

4.1. Аппарат печатного издания

Аппаратом издания называются элементы, цель которых идентифицировать издание в общей массе выпущенных книг и расширить познавательные возможности авторского произведения, а также обеспечить удобство пользования книгой читателям и профессионалам. В словаре издательских терминов говорится следующее: «Сложность издания, выступающего одновременно в самых разных качествах — как произведение книжного искусства, как приспособление, аппарат для разнообразного использования читателем напечатанных в нем произведений, как носитель и передатчик произведений письменности и (или) графики, — приводит к тому, что в нем можно различить несколько структур»¹. Одной из структур издания является его аппарат.

Аппарат издания – это комплекс текстовых (в отдельных случаях нетекстовых) элементов, содержащих сведения поискового, справочного, научного или пояснительного характера по отношению к произведению и изданию, призванных идентифицировать издание и пояснить текст, облегчить читателю пользование изданием, а также помочь в его обработке в статистических, библиотечно-библиографических и информационных службах. Ученый-книговед А.А. Гречихин подчеркивал значение аппарата для разработки типологии, призванной «осуществить соответствующие действия для каждой из подсистем книги, например, ее аппарата»².

Аппарат издания – это совокупность обязательных и дополнительных (факультативных) элементов, дополняющих основной текст. В зависимости от наполнения и функционального назначения выделяется сопроводительный, или научно-вспомогательный аппарат издания. Он содержит вступительную статью (вводную, справочную, словарную), комментарии и примечания. Справочно-поисковый аппарат включает оглавление (содержание), вспомогательные указатели, колонтитулы, колонцифры и т.п. элементы. Опознавательный аппарат представляет выходные и выпускные

¹ Словарь издательских терминов / сост. Ф.С. Сонкина, А.К. Бадигин, Н.И. Воловикова, В.П. Смирнова; под общ. ред. А.Э. Мильчина. – М.: Книга, 1983. – С. 127.

² Гречихин, А.А. Принципы системности в книговедении // Научная книга. – 2001. – № 2. – 12.

сведения. Библиографический аппарат издания состоит из библиографических ссылок и прикнижного, или пристатейного библиографического списка.

К элементам аппарата, дополняющим и поясняющим основной текст, относятся эпиграфы, посвящения, послесловия, резюме, списки сокращений, приложения, а также лозунги, призывы, крылатые выражения, пословицы и поговорки. Это могут быть посвящения определенному событию, юбилею, какому-либо лицу, или организации. Располагаются эти элементы после основного титульного листа, или перед ним, на чистом листе с пустым оборотом. Но эти элементы носят факультативный характер, и их лишь условно можно отнести к элементам аппарата издания.

В состав аппарата входят те элементы, которые выходят за рамки основного текста, но при этом обязательно учитывается предмет редактирования – основное содержание. Состав аппарата издания определяется с учетом специфики произведения, видо-типологических характеристик издания и должен отражать концепцию произведения и издания в целом. Для этого необходим комплексный подход, который проявляется как при формировании состава аппарата, так и при отработке содержания и формы отдельных элементов.

Наличие и состав элементов аппарата издания зависит от целевого назначения и читательского адреса, от объема издания, от качества его подготовки, а в современных условиях и от коммерческих расчетов. Не в каждом издании, разумеется, присутствуют все элементы: чем книга проще и меньше по объему, тем менее она нуждается в дополнительных элементах структуры. И, наоборот, чем больше и серьезнее книга, тем большая появляется необходимость оснастить ее элементами, помогающими углубить понимание текста, обеспечить его уяснение. Так, в структуру издания могут войти синхронистические таблицы, список основной литературы и перечень источников, именной указатель, указатель географических и этнических названий, а также списки карт и рисунков, помещенных в книге.

Подготовка аппарата издания подразумевает формирование целесообразного для данного издания состава элементов аппарата, а также обоснование требований к содержанию и форме каждого элемента. Сложные элементы аппарата, такие как комментарии и указатели требуют привлечения специалистов в той или иной области знаний или деятельности.

Вариантов состава аппарата может быть много. В изданиях справочной и производственной литературы элементы аппарата часто соединены с текстом. В многотомных изданиях аппарат составляется для всего издания и для каждого тома. В изданиях собраний сочинений видное место займут примечания к тексту, текстологические комментарии к произведениям, различные указатели. Вserialных изданиях элементы аппарата должны быть одинаковы и располагаться в одних и тех же местах. В научно-популярном очерке понадобятся подстрочные примечания и аннотированный список литературы. Для учебного пособия необходимыми элементами аппарата будут предисловие, характеризующее его предмет, объект, структуру материала, порядок его изучения. Должны быть списки обязательной и дополнительной литературы, желательно расположенные непосредственно после раздела или темы, предметно-тематический указатель и подробное оглавление, по которому можно быстро найти нужный отдел курса. В изданиях для детей дошкольного возраста можно обходиться минимальным набором элементов аппарата, например, выходными сведениями и содержанием, либо оглавлением. В изданиях массового типа также можно ограничиться минимальным набором элементов.

При обосновании требований к содержанию и форме каждого элемента аппарата учитывается функциональное назначение отличительных элементов, элементов, дополняющих и поясняющих основной текст, и справочно-поисковых элементов. Просчеты в обосновании этих требований приводят к недостаткам в содержании и форме материалов аппарата, а в результате функции отдельных элементов в полной мере не реализуются. Зачастую в целях экономии издатели прибегают к облегченному варианту составления аппарата, ограничиваясь необходимым для идентификации издания набором элементов. Это приводит к снижению уровня редакторской подготовки издания и зачастую затрудняет поиск необходимой книги не только простыми читателями, но и специалистами.

Основная задача редактора заключается в том, чтобы обеспечить информацией читателя в оптимальном объеме, при этом стараться избегать избыточности и перегруженности текста. Именно в деталях оформления издания А.И. Гессен видел главное достоинство каждой книги, ибо по его словам, «в деталях книга должна отображать “архитектуру мышления”»¹. При подготовке издания

¹ Гессен, А.И. Архитектура книги / А.И. Гессен. – М.: Л., 1931. – С. 3.

необходимо придерживаться строгой последовательности в расположении элементов аппарата издания, так как это вырабатывает у читателя привычные навыки ознакомления с книгой. Нарушение порядка, напротив, вызывает затруднения и лишние затраты времени. Кроме того, как правило, выходные сведения печатаются пониженным кеглем шрифта, зачастую трудно читаемым человеком, у которого проблемы со зрением, включая возрастные изменения в работе зрительных органов. Это может послужить толчком к тому, что читатель просто откажется от дальнейшего знакомства с книгой, оказавшейся для него закрытой.

Вопрос о характере аппарата, его объеме и разновидностях решается редактором вместе с автором книги. Предложения по составу аппарата утверждаются заведующим редакцией, главным редактором или директором издательства, согласно принятому порядку. Качество аппарата в значительной степени влияет на уровень культуры издания. Отсутствие нужных читателю элементов аппарата снижает эффективность произведения и издания.

По нормативным документам в структуру издания входят надзаголовочные данные, сведения об авторах, составителях, переводчиках, редакторах, оформителях. Также указываются заглавие и подзаглавие, подзаголовочные данные. Важными элементами являются выходные данные, выпускные данные, надвыпускные (или предвыпускные) данные. К основным элементам принадлежат международный стандартный книжный номер, сериальный номер, штрих-код, авторский знак и знак охраны авторского права.

Выходные сведения – это комплекс данных об издании, своего рода «паспорт» издания. Назначение выходных сведений – информировать читателей, покупателей, библиотекарей, библиографов, деятелей книжного бизнеса и рекламы. Состав и требования к выходным сведениям определяются нормативными документами. Выходные сведения составляются на основе стандарта ГОСТ Р 7.04-2006 «Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления». К выходным сведениям относятся фамилии и инициалы авторов. Они располагаются перед заглавием, если авторов не более трех. Если авторов более трех, то они могут быть перенесены на оборот титульного листа. Инициалы, или полные личные имена всегда предшествуют фамилии. В коллективных работах порядок указания авторов устанавливается ими самими. Лучше, если последовательность перечисления фамилий соответствует

вкладу каждого из авторов в создание произведения. Встречаются варианты, когда автор публикуется под псевдонимом, в таких случаях в выпускных данных указывается его настоящее полное имя, если это возможно установить. Имена иностранных авторов также приводятся в полном виде, только порядок следования иной: сначала указывается фамилия, затем полное, или краткое имя.

В выходных сведениях указывается заглавие (основное, параллельное, общее для многотомного или сериального издания), к какому виду изданий относится, кому адресовано, кто принимал участие. Следует учитывать, что заглавие произведения не всегда совпадает с заглавием издания. Например, заглавие издания «Избранное» включает несколько произведений, имеющих собственные заглавия. Заглавие – это инструмент поиска, так как отражает содержание произведения, может играть рекламную роль, особенно в художественных и научно-популярных изданиях. Сведения о месте издания, издательстве (имя издателя допускается давать в сокращенной форме), где издания составляют корпус выходных данных. Следует иметь в виду, что все города указываются полностью за исключением М. (Москва), Л. (Ленинград), СПб. (Санкт-Петербург), Пг. (Петроград).

На лицевой стороне титульного листа помещаются надзаголовочные и подзаголовочные данные. **Надзаголовочные данные** включают название одной или нескольких организаций, от чьего имени выпускается издание. Также указывается заглавие серии, имя редактора серии, номер выпуска серии, заглавие подсерии и порядковый номер. **Подзаголовочные данные** уточняют название и характер произведения, указывают на жанр, читательский адрес и целевое назначение. В подзаголовочных данных рекомендуется указывать сведения о повторности издания, так как это свидетельствует о его популярности. Имена лиц, участвовавших в подготовке, говорят о качестве не только издания, но и о достоинствах произведения. В область подзаголовочных данных входят сведения о читательском назначении, переиздании, переработке, а также грифы на учебные издания, или на официальные документы (для нормативных изданий).

На обороте титульного листа в верхнем левом углу помещаются **классификационные индексы** – сначала УДК (универсальная десятичная классификация), а под ним ББК (библиотечно-библиографическая классификация). В современных изданиях ББК мо-

жет отсутствовать, так как в ББК не введены в обращение специальные числовые комбинации, обозначающие XXI век.

Под классификационными индексами располагается авторский знак, состоящий из первой буквы фамилии автора или заглавия плюс двузначное число, соответствующее начальным буквам этой фамилии или заглавия, которые определяются по вспомогательному пособию «Авторские таблицы двухзначные» Л.Б. Хавкиной.

Далее по порядку идут сведения, относящиеся к специфике конкретного издания. Например, в рецензируемых изданиях, к которым относятся научные и учебные труды, указываются ФИО и должность, ученое звание рецензентов, что придает авторитет изданию и внушает доверие читателю. В иллюстрированных изданиях важным элементом оформления является указание на автора иллюстраций или на художника-оформителя. Перед ФИО других участников создания произведения отмечается, что конкретно они сделали (составил, разработал, подготовил и т.д.). В последнее время часто вместо указания на имя редактора дается ссылка, что текст печатается в авторской редакции.

Полный перечень выходных сведений включает **международный стандартный книжный номер** (ISBN), который присваивает специализированное национальное агентство (Книжная палата) в соответствии с Уставом Международного агентства. Цель международного стандартного книжного номера – ведение единой базы данных по этим номерам в международной системе учета вышедших изданий. Исключением являются издания, выпускающиеся тиражом менее 1000 экземпляров. Это правило действует с 2003 года.

Международный стандартный книжный номер ISBN в нашей стране состоит из 10 символов, разделенных дефисом или пробелом. Первые три цифры – постоянный префикс EAN.UCC, обозначающий товар «Книжная продукция». Он представляется Европейской ассоциацией товарной нумерации, которая занимается стандартизацией. Далее идет цифра, указывающая страну происхождения; она присваивается Международным агентством ISBN. В этом идентификаторе указывается номер регистрационной группы: 0-1 – группа англоязычных стран, 2 – франкоязычных, 3 – немецкоязычных, 4 – японский язык, 5 – русскоязычные страны. Далее идет код издательства, который присваивается Национальным агентством ISBN, индивидуальный номер издания (от 6 до 1

знака)¹ и контрольная цифра, которая служит для проверки числовой части ISBN. Книжный номер полностью совпадает со штрихкодом издания, который размещается под ISBN в нижнем левом углу оборота титульного листа. Международный стандартный номер сериального издания (ISSN) определяется по ГОСТ 7.56. Он состоит из 8 символов, например, 2224-9044. Правильность присвоения номера проверяется путем деления на 11 суммы, состоящей из цифр номера, умноженные на соответствующие коэффициенты (k), помещенные в таблице. Если контрольная сумма составляет 0, то номер признается правильным.

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
8	7	6	5	4	3	2	1

Пример:

$$2 \times 8 + 2 \times 7 + 2 \times 6 + 4 \times 5 + 9 \times 4 + 0 \times 3 + 4 \times 2 + 4 \times 1 = 16 + 14 + 12 + 20 + 36 + 0 + 8 + 4 = 110$$

110 = 11 × 10, т.е. остаток равен 0, это означает, что номер дан правильно.

С 2015 года Российская книжная палата внедряет проект «ISBN-24» по присвоению ISBN и ISSN через интернет. Новшеством года является также право РКП присваивать стандартные номера периодическим изданиям. Также в отечественную практику внедряется ISNI – международный стандартный идентификатор имен. Он представляет 16-значный код, присваиваемый как структурам, так и частным лицам творческих профессий: авторам, художникам, исследователям, изобретателям, исполнителям, издателям, агрегаторам. Этот номер включается в библиографическое описание изданий в формате ONIX 2.1 для облегчения обмена метаданными в любом формате.

В правом нижнем углу оборотной стороны титульного листа помещается **знак охраны авторского права**, представляющий собой латинскую букву «с» в окружности (©). Знак содержит юридическое имя (наименование) правообладателя и год первого опубликования произведения. Знак охраны авторского права приводят на каждом экземпляре издания (публикации) произведения в соответствии с действующим российским законодательством. Знаком охраны авторского права оформляются основной текст, пере-

¹ Более короткий номер присваивается более крупным издателям, чтобы было доступно сделать больше знаков для нумерации изданий.

вод, вступительная статья, составление, иллюстрации, сопроводительный текст, научный аппарат издания.

К дополнительным выходным сведениям относится аннотация, реферат, **макет аннотированной каталожной карточки** (МАКК), библиографическая полоска. Макет аннотированной каталожной карточки включает библиографическую запись, аннотацию, классификационные индексы УДК и ББК, авторский знак. МАКК печатается в издании по установленной стандартной форме. Оформление макета аннотированной каталожной карточки регламентировано ГОСТ 7.52-98 «Карточки для каталогов и картотек. Каталогизация в издании. Состав, структура данных и издательское оформление».

Обязательным элементом оформления макета аннотированной каталожной карточки и издания в целом является аннотация. Необходимость аннотации обусловлена тем, что оглавление не дает ясного представления о содержании произведения, его предмете, тематике, типе и виде. Издательская аннотация служит источником для составления библиографических, рекламных и книготорговых аннотаций, что предопределяет главное ее качество – объективность характеристики издания.

Аннотации на **литературно-художественные издания** включают сведения об авторе, важных этапах творчества, о достижениях, заслугах, наградах и литературных премиях. В аннотации указывается жанр произведения, основная тема или проблема произведения, можно указать место и время описываемых событий. В аннотации должно содержаться указание на целевое назначение и читательский адрес. В изданиях для детей читательский адрес уточняется, для какой возрастной группы предназначена книга.

Аннотации в **научных изданиях** имеют свою специфику. Одни из них содержат новые концепции, идеи, материалы, создающие прочный фундамент науки. Другой тип аннотирования представляет четкое изложение систематизированных знаний, накопленных наукой. В аннотации более подробно характеризуется справочный аппарат, указывается актуальность, дискуссионность исследования (узнается из авторской заявки).

Аннотация в **учебных изданиях** содержит методику изложения материала, характеристику дидактического аппарата, иллюстраций и примеров, т.е. всех компонентов содержания, которые должны содействовать усвоению материала. Очертить границы

включенного материала учебного курса, т.к. часто не весь программный материал входит в учебное издание. Учебник для школы сопровождается аннотацией только, если издается по новой дисциплине, или радикально переработан.

Справочные издания – энциклопедии, языковые словари и справочники. В аннотации указывается принцип отбора терминов и понятий, говорится о полноте сведений, о новых данных. Указывается принцип построения издания, например, по алфавиту.

Аннотация к **производственным изданиям** показывает, какие практические задачи производства решены в произведении производственной литературы. Уделяется внимание рекомендациям, выводам, предлагаются пути практического использования книги. Читательский адрес устанавливается на основе уровня профессиональной компетенции и производственной специальности. Если издание предназначено для любителей, то это отмечается в аннотации.

Аннотация к **информационным изданиям** (библиографическим, реферативным, обзорным) имеет отличительное свойство оперативности предоставляемой информации. В аннотации отмечается полнота состава издания, принцип отбора материала и способ расположения, его источниковедческую базу.

Особой характеристикой издания может быть его издательско-полиграфическое оформление: уникальный изобразительный ряд, либо издание имеет необычную конструктивную форму. Таким образом, издательская аннотация может многое сказать читателю о книге, если, конечно, к ее составлению подойти серьезно и творчески, ибо она должна быть также уникальна, как и представляемое ею издание.

Библиографическая полоска – это строка с основными библиографическими сведениями в периодических и продолжающихся изданиях. В библиографической полоске указывается ISSN, ключевое заглавие издания, год выпуска, номер, том выпуска периодического страницы – первая и последняя. В научных журналах библиографическая полоска помещается над спуском на первой полосе каждой статьи. Цель библиографической полоски – облегчить описание источника при аналитической росписи и обеспечить идентификацию источника при описании оттиска статьи. Библиографическая полоска помещается в нижней части первой страницы обложки или на ее четвертой странице.

На концевом титульном листе располагаются **выпускные сведения**. Они делятся на надвыпускные данные и непосредственно выпускные данные.

Элементы, вошедшие в группу выпускных данных, характеризуют в основном полиграфические аспекты, такие как дата подписания в печать, формат бумаги и доля листа, сорт и № бумаги, гарнитура шрифта основного текста, способ печати. Указание на условно-печатные и учетно-издательские листы дает представление о полном объеме издания, включая те его части, которые не вошли в основной текст. Обязательным элементом является тираж, а при его допечатке указывается, что это дополнительный тираж. Также указывается номер заказа полиграфического предприятия, издательство или имя издателя, название и почтовый адрес издателя, название и почтовый адрес полиграфического предприятия. В настоящее время принято включать электронный адрес. В том случае, когда выпускные данные помещаются в нижней части обертона титула, количество элементов, входящих в эту группу, может быть сокращено до разумных пределов.

Оглавление и содержание – необходимые элементы справочно-поискового аппарата, представляющие собой перечень наименований разделов, глав, параграфов произведения. Эти элементы служат способом структуризации материала, ориентировки в книге и предварительного ознакомления с ее содержанием. Назначение оглавления (содержания) – выполнять справочно-поисковую функцию с целью удобства поиска глав, параграфов, библиографического списка, списка сокращений, иллюстраций, приложений. Вторая функция – информационно-пояснительная, способствующая оптимальной работе с текстом. Поскольку оглавление (содержание) располагается в начале книги после титульного листа, то они выполняют рекламную роль. В публикациях по аппарату издания можно встретить указание на интеллектуально-маркирующую функцию, ориентирующую читателя в определенной области знания.

Между оглавлением и содержанием имеются различия. Оглавление раскрывает внутреннее построение одного произведения и используется в моноизданиях. Содержание раскрывает состав всего издания, составляется из перечня заголовков разделов и названий произведений, которые в нем опубликованы. Оглавление помещают в книгах, содержащих работы по какой-либо одной теме, содержание помещают в сборниках, альманахах, журналах,

состоящих из разнородных текстов. Оглавление, составленное только из пронумерованных глав без названий, недостаточно информативно, читатель не получает полного представления о произведении. Некоторые названия глав могут вызвать у читателя особый интерес, благодаря чему он обязательно прочтет книгу. В научных, справочных, учебных книгах необходимо помещать по возможности подробное оглавление или содержание, особенно в книге справочного характера. Также существует расширенное оглавление (содержание). Оно включает заголовки, которых нет в тексте. Их рекомендуется ввести в случае их особой значимости, в оглавлении (содержании) они выделяются шрифтом.

Оглавление (содержание) обязательно должны быть во всех изданиях, кроме малообъемных и словарно-энциклопедических. В научной книге название глав полезно сопровождать перечнем основных вопросов, освещаемых в данной главе. Эти вопросы (подзаглавия) нужно помещать после основного заглавия, отделяя от него точкой и тире. Подробное оглавление экономит время читателя, заранее оповещая о том, какой материал помещен в данной главе.

Построение издания зависит от его типа, содержания, объема. Большие по объему и сложные по входящему в них материалу книги будут иметь более сложную структуру, чем книги небольшие по размерам и простые по содержанию. Существует несколько ступеней в градации рубрик. Рубрики книги могут строиться в две, три, четыре и более ступеней. Двухступенчатое построение состоит из глав и параграфов; трехступенчатое – из частей, глав и параграфов; четырехступенчатое – из разделов, частей, глав, параграфов.

Библиографические ссылки и списки относятся к элементам аппарата издания. Библиографические ссылки содержат сведения об источниках цитат, фактов, заимствований, упоминаемые в литературе. Они непосредственно связаны с основным текстом и оформляются по мере изложения материала. Практиками выработано правило, если в работе менее трех ссылок на литературные источники, то на них даются полные ссылки по тексту. Библиографические ссылки делятся на три вида: внутритекстовые, подстрочные и затекстовые.

Внутритекстовые библиографические ссылки употребляются в изданиях массового, научно-популярного характера, в особо компактных изданиях, и в тех случаях, когда они органически входят в текст. Они экономят место на странице, упрощают верстку, но

при этом, имеют недостатки. Так, в частности, они мешают целостному восприятию текста, и их трудно разыскать в тексте, в случае, если потребуется обратиться к ссылке вновь.

Подстрочные ссылки более удобны, но иногда могут преобладать на странице. Особенно часто это можно видеть в научных монографиях. В научных изданиях предпочтительнее применять затекстовые ссылки, так как они могут неоднократно повторяться. Большое количество ссылок будет загружать основной текст, отвлекать внимание читателя от основного содержания книги и, кроме того, вызовут трудности при техническом построении полосы книги.

Все библиографические ссылки должны быть оформлены единообразно. Ссылка должна быть достаточно полной для того, чтобы читатель получил ясное представление об издании и мог без труда разыскать в нем указанное место.

Библиографический список – это тематически отобранный систематизированный перечень библиографических сведений об используемой, цитируемой или рекомендуемой литературе. Библиографические списки бывают как пристатейные, так и прикнижные. Существует несколько способов их составления. Первый способ – алфавитный порядок, второй – в порядке упоминания литературных источников по тексту. Библиографический список наряду с библиографическими указателями и ссылками отражает использованные, цитированные, а в учебной книге в обязательном порядке рекомендуемые произведения, издания и другие документы.

Представляет большую ценность приложение отдельных библиографических работ, связанных с темой публикации. Если книга посвящена какому-либо малоизученному вопросу, библиографический указатель литературы по нему, составленный с наибольшей полнотой, приобретает несомненное значение для читателей. Это позволит читателю в дальнейшем облегчить выбор книг.

Полнота библиографического описания зависит от назначения издания и от категории читателей, на которых оно рассчитано. В соответствии с гигиенической классификацией изданий в Сан-ПиН 2.4.7.960-00 и Сан ПиН 2.4.7.1166-02 в изданиях для детей установлены дифференцированные гигиенические требования к параметрам и характеристикам изданий, обеспечивающих их удобочитаемость. Также с недавних пор в детских изданиях указывается возрастная категория.

4.2. Аппарат электронного издания

Элементы аппарата электронного издания призваны способствовать усвоению материалов, содержащихся в том или ином произведении и облегчать поиск необходимых сведений. Важной функцией аппарата издания является повышение эффективности работы с материалом произведений.

В работе над аппаратом электронного издания следует руководствоваться ГОСТ Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения», введенном в действие в марте 2014 года, вместо действовавшего ранее ГОСТ Р 7.83-2001 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения».

Состав аппарата электронного издания включает практически тот же набор элементов, что и в печатном издании. К элементам аппарата сайта относятся автор, название, тип, вид, жанр, аннотация. Эти элементы приводятся в «шапке» сайта. Однако имеются некоторые особенности, обусловленные новым форматом подготовки электронного издания. Вместо титульного листа появляется понятие титульного экрана. При этом различаются основной и дополнительный титульный экраны. На основном титульном экране помещаются сведения, идентифицирующие издание, а в состав выходных сведений включаются данные о носителях для локальных электронных изданий. На дополнительном экране помещаются сведения, которые в печатном варианте обычно располагаются на обороте титульного листа. Контритул собирает в себя данные о количестве томов в многочастном издании, в переведном издании автор и заглавие на языке оригинала, сведения о серии и т.д. Помимо этого в электронном издании может быть несколько шмидтилов, количество которых зависит от частей или разделов произведения. На авантитуле, как правило, помещается тематическая заставка. В аннотации электронного издания кроме традиционной формы дается описание информационно-технологических свойств и указание на изменения в их характеристиках по отношению к предыдущему электронному изданию, или к источнику, из которого они взяты.

Необходимым условием использования электронного издания являются сведения о программном обеспечении, а также минимальные системные требования к аппаратным и программным средствам. Они помещаются в область надвыпусковых данных. Не-

посредственно в выпускных сведениях имеется указание на дату подписания к использованию и на объем в байтах. Своебразие аппарата электронного издания заключается в характеристике особенностей художественного оформления, так как требуется описание дизайна интерфейса, форматов материалов и представления графических и звуковых файлов. В изданиях иллюстрированных альбомов по искусству важно указывать, в какой технике иллюстрационной печати были выполнены иллюстрации в печатном виде, так как экранная культура изображения не передает нюансы полиграфического исполнения.

В периодических электронных изданиях также имеются свои особенности оформления элементов аппарата. В частности, помимо основного заглавия указывается заглавие очередного выпуска. Для сетевых изданий характерна ссылка к архиву. Приводятся условия публикации в издании, и дается описание минимальных системных требований. На основном титульном экране размещаются сведения, идентифицирующие издание, на дополнительном экране – сведения, отражающие работу редакции.

В связи с развитием инновационных технологий в издательском деле возникла потребность в идентификации и каталогизации электронного контента, его поиске и логистике по каналам продвижения. Глобальная система идентификации текстовых (частично - графических) работ в электронном виде осуществляется путем присвоения Международного стандартного кода текстовых произведений (ISTC) – International Standard Text Code, или стандарт ИСО 21047. Код представляет собой уникальный номер из 16 символов, который присваивается агентством ISTC¹. Первые 3 символа – регистрационный элемент; следующие 4 символа – год регистрации; 8 символов – рабочий элемент, который выдает система после проверки протокола на уникальность; 1 символ – контрольный элемент. Цель этого кода – создание основы для администрирования объемов цифровой информации. Код ISTC принадлежит не автору или издателю, а произведению. Поэтому, если разные издательства опубликуют один и тот же текст в электронном формате, то будет использоваться один ISTC-код. Своебразие этого кода заключается в возможности сгруппировать «информационные продукты» со сходным содержанием, или с разным содержанием, но

¹ Федерация интеллектуальных прав (НП «ФИПР») – некоммерческое партнерство правообладателей и пользователей.

относящимся к одному исходному материалу¹. Эта система ориентирована на работу издательств, агентств информационно-библиографических услуг, розничный ритейл. Важно также обеспечить процесс управления авторскими правами на интеллектуальную собственность. Коды можно использовать для классификации изданий или отдельных частей текста с одинаковыми названиями. Пользователь при упоминании одного названия получит ссылку на все тексты с аналогичным названием.

¹ ISTC – новый подход к идентификации, учету и контролю за электронным контентом // Университетская книга. – Январь-февраль 2011. – С. 71–73.

V. Типология печатных изданий

5.1. Понятие типологии изданий

В науке о книге – книговедении центральное место занимает проблема классификации и типологии изданий. Типология используется с целью «сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношений, уровней организации объектов»¹. Типология – научная дисциплина, основной метод которой расчленение объектов и их группировка с помощью обобщенной модели. Типология базируется на выявлении сходства и различия, присущие изучаемым объектам. Вместе с тем, типологию не следует отождествлять с типизацией, понимаемой как принципы и методы систематизации на уровне конкретных изданий.

Типология изданий — один из разделов научного знания, который одновременно принадлежит как к книговедению, так и к документоведению. Ученые, рассматривающие книгу как вид документа, считают, что «это материальный объект с зафиксированной на нем информацией»², функции которого аналогичны функциям книги: закрепление, сохранение и передача информации. Некоторые книго-ведческие проблемы типологии книги невозможно решить, не учитывая документоведческое знание и документологический подход.

Решение проблем типологии крайне важно и необходимо, так как на основе типологических признаков и соответствующих характеристик предъявляются требования к редакционно-издательской подготовке изданий. В работе «Редакторская подготовка изданий» подчеркивается значение типологии следующим образом: «Типологические свойства являются определяющими при выборе редактором форм и методов его работы над конкретным изданием... Без знания и учета типологических признаков и особенностей немыслима подготовка доброкачественного издания как результата редакционно-издательской деятельности»³. Типология помогает взаимодействию средств информации, определению места конкретного издания в общей структуре издательского репертуара.

¹ Большой энциклопедический словарь / ред. А.М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская энциклопедия , 2000.

² Моргеншерн, И.Г. Динамика и статистика книги (Стабильность содержания как атрибут книги) // Книга. Исследования и материалы. – 2002. – Сб. 80. – С. 147–160.

³ Антонова, С.Г. Редакторская подготовка изданий: учебник для вузов / под ред. С.Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004. – С. 132.

На определенном этапе развития книговедения задачей является «выявление функциональных признаков изданий, установление взаимосвязи между их видами и типами, изучение закономерностей, лежащих в основе видо- и типообразования»¹. Функциональный подход, предполагающий критерий социального назначения, широко использовался для выявления специфики видов литературы, однако, он являлся не единственным. Ведущими книговедами, занимающимися проблемами типологии являются Р.Г. Абдуллин, И.Е. Баренбаум, Б.Я. Бухштаб, И.Г. Моргенштерн, Н.М. Сикорский, Н.П. Лавров, Г.Н. Швецова-Водка, Ю.Н. Столяров.

Проблемой научной типологии в свое время занимались учёные НПО «Всесоюзная книжная палата» (Российская книжная палата). В 1978 г. в рамках научного проекта было проведено исследование, в результате которого была разработана типология изданий. Согласно полученным результатам, типология книги рассматривалась с точки зрения не одного признака, а нескольких. Среди них – содержание, целевое назначение и другие признаки, в разных комбинациях способных отражать все многообразие книжных изданий. Много позже старший научный сотрудник отдела книговедения В.П. Смирнова² в своей статье обратилась к типологической модели 1930-х годов, где были намечены признаки, формирующие тип издания. К ним относились: социальное значение книги, взаимосвязь формы и содержания, внутренне и внешнее оформление.

Активно велись теоретические изыскания в области типологии в Московском государственном университете печати. Весомый вклад в развитие современной типологии внесли А.А. Беловицкая, А.А. Гречихин, С.П. Омилянчук, Г.В. Кожевников.

Рассмотрев основные классификации литературно-художественных книжных изданий, можно прийти к выводу, что большинство исследователей выделяют в основном следующие типологические признаки издания – это предмет, целевое назначение и читательский адрес. Правомерность такого подхода подтверждается и тем, что почти все исследователи данного вопроса осознанно или неосознанно использовали, или пытались использовать эти

¹ Гольцева, Э.В., Александрова, А.А. Типология справочных изданий // Книга. Исследования и материалы. – 1979. – Сб. 38. – С. 19.

² Смирнова, В.П. О понятии «типология изданий» // Книга. Исследования и материалы. – 1990. – Сб. 60. – С. 49.

признаки. Однако, начиная с середины 1990-х годов, теоретические разработки в области типологии практически прекратились.

Общая теория типологии в целом, независимо от ее объекта, в настоящее время разработана еще недостаточно. Существуют разные подходы к тому, как определять объект и предмет типологии книги, цель и первоочередные задачи. Обобщая имеющиеся представления, можно сказать, что типологией называется раздел какой-либо науки, занятый научной систематизацией (классификацией) предметов или явлений по общности (сходству) каких-либо свойств или признаков на группы (классы), обычно именуемые типами.

Типология определяется как «знание категорий книги, их видообразующих свойств и логического соотношения различных категорий книги, выделенных по признакам назначения и формы»¹. **Объектом** научного познания в этом случае считается книга в целом, а также ее отдельные стороны, «категории книги»: литература, издание, произведение письменности и печати, поэтому проблема типологии иногда формулировалась как «типология литературы», или «типология изданий».

Среди рассматриваемых категорий: книга, литература, издание, произведение письменности и печати и др. Поэтому проблема иногда формулировалась как «типология литературы», или «типология изданий», без уточнения соотношения их с типологией книги, но задачи их оказывались весьма равнозначными.

Ученый-книговед А.А. Гречихин приводит следующую формулировку: «Типология — часть общей теории информационной деятельности (книговедения, информатики, общей теории социальной коммуникации), изучающая путем построения обобщающих, идеализированных моделей историю, методику и практику систематизации произведений печати в целях их эффективного производства, распространения и использования в обществе»². При этом автор считает, что тип является высшим уровнем систематизации, в то время как остальные категории являются лишь «конкретизацией» типа. Он выделяет четыре уровня типологии книги: общая типология, функциональная (отраслевая), далее специальная типология и типология отдельных изданий. Функциональная,

¹ Швецова-Водка, Г.Н. Общая теория документа и книги: учеб. пособие / Г.Н. Швецова-Водка. – М.: Рыбари; К.: Знания, 2009. – С. 295; Её же. Типология книги // Книга. Исследования и материалы. – 1983. – Сб. 46. – С. 40–59.

² Гречихин, А.А. Информационные издания. Типология и основные особенности подготовки / А.А. Гречихин, И.Г. Здоров. – М.: Книга, 1988. – С. 14.

или отраслевая типология применима по отношению кциальному массиву книг, отражающих отдельные сферы общественной жизни, науки и производства. Специальная типология рассматривает группы книг, ориентированных на обслуживание отдельных ролевых функций читателя. В целом ученый видит цель типологии в решении задачи построения «идеализированной, т.е. типологической модели для всего многообразия реально существующих в обществе книг». Далее автор ставит задачу построения типологической модели каждого типа и вида книги, а также типологической модели для каждой из подсистем.

Разрабатывая тему дальше, А.А. Гречихин предлагает для систематизации произведений печати употреблять не общий термин «типология», а с учетом специфики книжной, коммуникативной природы издания — локальный термин **«библиотипология»**. Объектом библиотипологии является все многообразие произведений печати, а предметом, или собственно, содержательным аспектом исследования — систематизация произведений печати, выявление закономерностей формирования их как системы в процессе производства, распространения и использования в обществе¹. Автор подчеркивает значение принципа коммуникативности для понимания сложности и многофакторности объекта типологического изучения - книги. Триединство – содержание, знаковая форма и материальная конструкция – является основой для осуществления коммуникативной функции книги.

В основу теории А. Гречихиным была положена типологическая модель книги, построенная на научных категориях и понятиях, отражающих сущность книги, которая, по мнению автора, есть, в первую очередь, «способ информационного общения». Автор, однако, не исключает практического и методологического значения типологической модели книги.

Типологическая модель книги – это ее идеализированный образ, или аналог, реализующий в коммуникативном процессе заложенное единство: социальной информации, знаковой и материально-конструктивной формы. Типологическая модель книги имеет значение:

- информационное, так как является источником знаний;
- методологическое, так как выступает средством познания мира;

¹ Гречихин, А.А. Библиотипология как научное направление: особенности становления и развития в российском книговедении: монография / А.А. Гречихин. – М.: Изд-во МГУП, 2004. – 432 с.

- практическое, так как является средством конструирования и использования книги;
- управленческое как средство контроля и воздействия на книжное дело в целях его оптимизации.

Типологическая модель книги, предложенная А.А. Гречихиным, представляет многоуровневый процесс восхождения от абстрактного к конкретному. Высшим уровнем является «тип», определяемый комплексом наиболее существенных признаков. Конкретизация специфических особенностей книги определяется категорией «вид». Понятие «род», предложенное А.А. Гречихиным, в книговедении не закрепилось, и на практике употребляются такие понятия, как «тип» и «вид». В специальной литературе употребляются понятия – типология книги, книговедческая типология, теория классификации произведений печати и т.п. В работах А.А. Гречихина¹ типологическая проблема находит отражение в разработке принципов типологии изданий. Ученый выделяет коммуникативный принцип, связанный с категориями общения, общественных отношений коммуникации, информации, знаковой системы. Этот принцип определяет специфику духовного общения людей. Коммуникативная функция осуществляется в единстве содержания, знаковой и материально-конструктивной формы. Второй принцип деятельности означает, что книга является результатом деятельности человечества и одновременно призвана служить человечеству, удовлетворяя его потребности.

Другой подход связан с именами ученых-книговедов А.А. Беловицкой и С.П. Омилянчука², связывающих типологию книги в целом с наукой о книге. Так, А.А. Беловицкая рассматривает типологию «как высший уровень синтеза знаний о книге», учением о сущности объекта и предмета, о составе и структуре книговедения, «общей теорией науки о книге»³.

¹ Гречихин, А.А. Типологическое моделирование как метод книговедения // Современные проблемы книговедения, книжной торговли и пропаганды книги: межвед. сб. научных трудов. – Вып. 10. – М. : Изд-во МГАП «Мир книги», 1995. – С. 5–35.

² Омилянчук, С.П. Проблемы типологии собраний сочинений // Книга. Исследования и материалы. – 1969. – Сб. 18. – С. 20–43.

³ Беловицкая, А.А. Общее книговедение. – М., 1987; Её же. Типология книги в связи с общеметодологическими проблемами книговедения // Книговедение и его задачи в свете актуальных проблем советского книжного дела: Вторая Все-союз. науч. конф. по проблемам книговедения: секция типологии книги: тезисы докл.– М., 1974. – С. 60–63.

Объектом типологии является система – книга, книжное дело, книговедение, т.е. различные книговедческие явления, понятия, отношения во всем разнообразии их развития. Предметом типологии является систематизация книги, книжного дела, книговедения, явлений, связанных с их существованием и развитием, определение закономерностей формирования книги в процессе ее движения (производства, распространения, использования) в обществе. Также Беловицкая отмечает, что «теоретическое воспроизведение сущностных свойств, связей и отношений дает возможность воссоздать целостность изучаемого явления»¹.

Свое определение типологии книги дает Г.Н. Швецова-Водка, опирающееся на изучение особенностей развития документального отражения социальной информации. По ее мнению, типология – это «раздел книговедения, изучающий принципы образования и систематизации различных категорий книги»², а предметом типологии книги является группировка, систематизация и создание научных классификаций. Автор выделяет социальное назначение книги как основной типообразующий признак. Он носит системный характер, включающий целевое назначение и читательский адрес, «особенности происхождения литературных произведений и их значение в жизни общества»³, а также их стилистические и композиционные особенности.

Известный библиографовед, профессор, доктор педагогических наук И.Г. Моргенштерн⁴ усматривал необходимость систематизации знаний для выявления закономерностей развития книги, познания ее сущности. В своих разработках ученый выделил несколько проблем, затрудняющих создание общей типологии книги. К ним относится неупорядоченная терминология, сложившаяся в книговедении, размытие четких внешних признаков, разделяющих все явления книжного мира и стремление выделить один-два ряда типологической классификации, способной охватить все многообразие книг. Он также подчеркивал многообразие типологических схем, разработанных учеными разных отраслей знаний.

¹ Беловицкая, А.А. Общее книговедение: учебное пособие / А.А. Беловицкая. – М.: Книга, 1987.– С. 153.

² Швецова-Водка, Г.Н. Общая теория документа и книги: учеб. пособие. – М.: Рыбари; К.: Знания, 2009. – С. 299.

³ Там же.

⁴ Моргенштерн, И.Г. Проблемы типологии современной книги // Книга. Исследования и материалы. – 1975. – Сб. 30. – С. 38–55.

Решение проблемы ученый видел в общих принципах типологии книги и выдвинул следующие их них:

1. Социальная детерминированность, означающая хронологические границы типологического исследования, тенденции развития книги в определенных исторических и социальных условиях, воздействие общественных потребностей.
2. Логическая обоснованность, т.е. наличие единого основания деления.
3. Соответствие схем классификации потребностям книжного дела.
4. Отражение в классификации существенных элементов книги.

В итоге автор дает определение типологии как «знание категорий книги, их видообразующих свойств и логического соотношения различных категорий книги, выделенных по признакам назначения и формы»¹. Вместе с тем, автор разграничивает понятие типологии с типизацией, давая пояснение, что типизация – это упрощенная система классификации, распределение изданий по определенным критериям.

В настоящее время значение проблемы типологии книги существенно возрастает в связи с активным внедрением в издательскую отрасль цифровых технологий и автоматизированной обработки информации.

Вопросы для самопроверки

1. Что означает понятие «типология книги»?
2. В чём заключается главный типологический признак книги?
3. Что означает коммуникативный принцип типологии книги?
4. Что понимается под термином «библиотипология»?
5. Какие принципы типологии предложил И.Г. Моргенштерн?
6. В чём своеобразие подходов к типологии книги Г.В. Кожевникова?
7. Как рассматривает проблему типологии А.А. Гречихин?
8. Что такая типологическая модель книги?

5.2. Понятие типа и вида печатных изданий

В настоящее время почти во всех типологических разработках традиционно выделяются типы и виды изданий. Как отмечают Е.А. Корнилов и А.И. Акопов: «Типология — историко-теоретиче-

¹ Моргенштерн, И.Г. Указ. соч. – С. 43.

ское системное описание изданий по типоформирующими фактограм, их классификация, анализ взаимоотношений, связей между подвергнутыми классификации изданиями в пределах данной системы¹. Понятие типа является ключевым в типологии и отражает сущность явления. **Тип** в современной трактовке – «идеальная модель объекта», отражающая наиболее существенные признаки множества изданий, это идеальный прообраз, проявляющийся в видовых особенностях. Иными словами, это типичный объект, служащий эталоном, с основополагающими признаками которого может не быть полного совпадения. Тип издания - это архетип, который отражает существенные черты любого издания, конкретного типа издания, типичного единичного явления.

Книга является способом социальной коммуникации, определенной ступенью коммуникационного процесса, сущностью и содержанием понятия «книжное общение»; главным типологическим признаком книги выступает диалектическое единство предмета (характера информации), целевого назначения и читательского адреса. На этих критериях базируется типология изданий. Первый признак – характер информации предполагает рассмотрение не содержания произведения, а его изучение по следующим критериям:

1. Глубина проработки проблем. Для различных изданий характерны различные подходы, например, степень сложности языка изложения важны для разграничения произведений научных и научно-популярных изданий, состав и уровень текстологической подготовки имеет значение для изданий художественной литературы, для учебных изданий играет приоритетную роль наличие аппарата усвоения материала.
2. Характер изложения материала связан с функциональным стилем: научным, научно-популярным, публицистическим, деловым, художественным.
3. Степень нормативности – критерий, на основе которого выделяются издания нормативного характера. Этот критерий отражает, насколько данное издание может служить руководством в деятельности человека, независимо от характера этой деятельности – научной, производственной, практической, культурной и т.д.

¹ Корнилов, Е.А. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) // Методы исследования журналистики / Е.А. Корнилов, А.И. Акопов. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1984.– С. 65–67.

4. Соотношение теоретического и эмпирического материала, в основном в изданиях учебной литературы, где выделяются учебники, сочетающие теоретические и практические сведения, учебные пособия и практикумы.
5. Широта тематики определяет тип универсальных и специализированных изданий. К первому типу относятся общие энциклопедии, ко второму – отраслевые, тематические, персональные энциклопедии.
6. Знаковая форма передачи содержания обуславливает деление на текстовые и нетекстовые; последние, в свою очередь делятся на картографические, нотные, изоиздания.

Важную роль в типологии играет **целевое назначение**, под которым понимается социальная роль издания в обществе. Целевое назначение изданий тесно связано с потребностями общественной жизни и практики в целом и конкретных групп потребителей. Общественные потребности отражают интересы всей системы социальных отношений, сложившихся на конкретном отрезке времени, групповые потребности отражают интересы определенной сферы жизни и деятельности.

Целевое назначение книги заключает в себе всю специфику задач коммуникативной деятельности и различных ее способов, а кроме того, специфику социальных задач из различных сфер общественной деятельности, которая обслуживается этими способами коммуникации.

Целевое назначение литературно-художественного книжного издания можно определить как обеспечение обращения в обществе литературно-художественного произведения, организованного с наибольшей степенью сложности отражения его контекста и текста, отношения общества к нему средствами литературно-художественного книжного общения. При этом следует отметить сложность и многоуровневость целевого назначения литературно-художественного книжного издания, связанные со сложностью и многоуровневостью его предмета. Таким образом, помимо общего целевого назначения можно выделить соответственно уровням системы «предмет» и различные уровни целевого назначения.

Исследователь Г.В. Кожевников¹ считает, что целевое назначение литературно-художественного книжного издания обусловлено его спецификой, как определенного этапа опосредования сло-

¹ Кожевников, Г.В. Типология литературно-художественной книги: конспект лекций / Г.В. Кожевников. – М.: Изд-во МПИ, 1985.

весной художественной информации, словесной художественной деятельности и ее результата - словесного художественного образа - в коммуникационном процессе, как субъекта и результата литературно-художественного книжного общения, как формы существования в книжном деле литературно-художественной книги. Поэтому оно включает в снятом виде целевое назначение всех предыдущих уровней этого коммуникационного процесса и его реализация в целостности литературно-художественного книжного издания становится действительностью всех предыдущих уровней.

Подобным образом определяется и сложность, системность **читательского адреса** издания. Читательский адрес литературно-художественного книжного издания, определяемый как направленность книжного издания на литературно-художественный «книжный» тип читательского восприятия, на удовлетворение потребности в литературно-художественном книжном общении, потребности общества в фундаментальном, многократном (длительном) восприятии литературно-художественных произведений. Здесь важно отметить, что мы имеем дело не с потребностью в словесном художественном освоении действительности и не с потребностью в освоении словесного художественного образа в чистом виде, и даже не с потребностью в литературно-художественном общении и в освоении литературно-художественного произведения, а с потребностью в них же, но опосредованных литературно-художественным книжным общением, то есть с потребностью в освоении литературно-художественного книжного издания. И эта специфичность читательского адреса, направленности литературно-художественного книжного издания на определенный тип читательского восприятия объективно отражается в самом книжном издании, в способах организации литературно-художественного произведения в книжное издание.

Сложность читательского адреса тесно связана с тем, что читательские (общественные) интересы могут выражаться как интерес к различным уровням предмета литературно-художественного книжного издания: как интерес к конкретному отдельному литературно-художественному произведению, как интерес к какой-либо части литературно-художественного общения (части творчества одного писателя, группы писателей одного жанра, литературного направления, эпохи и т.д.), как интерес к результату литературно-художественного общения в целом (всей совокупности литературно-художественных произведений одного автора, различных авторов).

Читательский адрес классифицируется по нескольким критериям: уровень образования, степень профессиональной подготовки, род занятий, возрастные категории. Одно и то же произведение может быть издано для разных групп читателей, и каждое из них будет иметь отличительные признаки.

Материально-конструктивная форма книги – оформление и полиграфическое исполнение издания находится в прямой зависимости от содержания, состава, объема издания. К элементам материально-конструктивной формы относятся переплет, обложка, шрифт, формат, иллюстрации и др. По признаку материальной конструкции выделяются издания повышенного качества (юбилейные, подарочные, сувенирные, клубные, класса люкс), издания обычного оформления и издания в экономном оформлении.

Вид издания представляет собой группировку значительного количества изданий, играющих определенную общественную роль. Вид издания определяется по целевому назначению (научные, учебные, производственные и др.). Виды изданий делятся на подвиды. Критериями деления могут быть знаковая природа информации, характер аналитико-синтетической переработки информации, способ организации произведений и др. В книговедении понятие «вид издания» является одним из основополагающих. Вид издания представляет собой типологическую группировку неограниченного количества изданий, играющих соответствующую общественную роль. Под видом издания Б.Г. Тяпкин понимал «форму материализации идей»¹, что подразумевает включение в понятие «вид» форму записи (словесную, словесно-графическую, графическую, нотную); материальный носитель формы (книга, брошюра, журнал, листовка, листовое издание, открытка, карта и т.д.); способ пользования (сплошное чтение, выборочное чтение, чтение-рассматривание, наведение справки). Таким образом, в основу видовой классификации было положено единство содержания, знаковой и материальной формы.

Типологическая разновидность определяется тем, что издание обладает не всеми, а лишь частью типологических признаков. Например, справочные издания делятся на энциклопедии, словари, справочники. Среди учебных изданий есть учебники, хрестоматии,

¹ Тяпкин, Б.Г. Аппарат произведений печати / Б.Г. Тяпкин. – М.: Книга, 1977. – С. 9; Его же. Вопросы типологии в современном книговедении. Обзор литературы. 1962–1972 / Б.Г. Тяпкин. – М., 1974.

сборники задач, лабораторные практикумы. Сборники художественной литературы делятся на антологии, альманахи, хрестоматии.

Ученые-книговеды, занимавшиеся проблемами типологии, определяют вид литературы как «совокупность словесных произведений (письменности или печати), имеющих общественное значение и связанных единством предмета, социальной функции и читательского адреса»¹. Совершенно очевидно, что книга – это только один из возможных вариантов существования литературного произведения, а, следовательно, вид книги – это только один из вариантов существования, функционирования в обществе вида литературы².

Для изданий произведений художественной литературы имеет значение степень полноты, означающая включение творческого наследия автора полностью или частично. В полные собрания сочинений включаются все произведения, их варианты, черновики, и те произведения, достоверная принадлежность которых автору не установлена. Список таких произведений помещается в раздел «Dubia». Издания, выполненные в максимальной полноте, исключают субъективный подход при отборе фактического материала. Вместе с тем, абсолютная полнота относительна, поскольку всегда есть вероятность появления неизвестных ранее произведений автора. По этой причине, хотя в ГОСТ закреплено понятие академического издания собрания сочинений, ряд ученых считают это определение неточным.

Второй критерий – степень подлинности текстов, означает научно подготовленный и критически выверенный по авторизованным источникам текст. Опорной точкой в установлении подлинности текста служит личное волеизъявление автора. Решение этой проблемы в идеале невозможно, хотя издатель должен стремиться дать текст, в наибольшей степени отвечающий замыслу автора.

Немаловажным фактором служит показатель особенностей структуры издания, подразумевающий расположение текста. Композиция в прижизненном издании подчинена концепции автора,

¹ Кастрюлина, Л.Н. Проблема типологии литературы и ее значение для теории и практики редактирования // Книга. Исследования и материалы. – 1973. – Сб. 26. – С. 38.

² Литература — трактуется как совокупность литературных (словесных) произведений, имеющих не личное, а общественное значение. Кроме того, иногда литературой называют совокупность нелитературных произведений, выраженных графическими знаками, например «книжная литература». Последнее выражение можно считать жаргонным, неточным использованием термина «литература».

в посмертном – концепции издателя. В изданиях художественной литературы наиболее часто применяется хронологический принцип расположения, но он не всегда эффективен в познавательном отношении.

Целевое назначение научно-популярной литературы – один из основополагающих признаков классификации произведений научно-популярной литературы. Научно-популярная литература призвана пропагандировать знание, как сказал однажды акад. П.Л. Капица, «это не пересказ научных мыслей более простым языком». Для того, чтобы популяризировать научное знание, надо четко представлять его суть, и предвидеть, каким образом оно может содействовать прогрессу. Наряду с этим, научно-популярная литература раскрывает многие аспекты обыденной жизни человека – быта, хобби, досуга. Эти издания строятся на принципах занимательности и преследуют преимущественно коммерческие цели. Объединительным признаком разных видов изданий научно-популярной литературы является просветительская миссия, которой издатель подчиняет концепцию и принципы организации произведения в конкретное издание.

Читательский адрес произведений научно-популярной литературы предназначен для неспециалиста, имеющего начальную подготовку и уровень образования в той или иной области деятельности. В зависимости от общеобразовательной и профессиональной подготовки исследователями¹ выделяются следующие группы читателей:

- малоподготовленные;
- читатели-любители, интересующиеся определенной областью науки;
- специалисты высокой квалификации другого профиля;
- специалисты смежного профиля.

Исследователь, изучавший проблему научно-популярной литературы – Б.И. Коссов считает, что в основу деления надо положить уровень образования, в зависимости от чего выделить несколько групп читателей:

- со школьным образованием (полным, неполным);
- со средним специальным образованием;
- с высшим образованием.

¹ Лазаревич, Э.А. Популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал: авто-реф.... д-ра филол. наук / Э.А. Лазаревич. – М., 1981. – С. 26–27.

Другие ученые считают необходимым учитывать гендерный и возрастной признак. Имеет смысл подход, который предложил французский социолог А. Моль, разделивший читательский адрес на «мир повседневности» и «мир детей»¹. Возрастной признак деления поддержал отечественный исследователь И.Г. Моргенштерн². Таким образом, следует заключить, что единого подхода ученым не удалось выработать.

Вопросы для самопроверки

1. Каков критерий выделения изданий нормативного характера?
2. В каких изданиях сочетается теоретический и эмпирический материал?
3. По каким критериям определяется читательский адрес?
4. По каким критериям определяется целевое назначение?
5. Какие критерии определяют вид издания?
6. Каковы элементы материально-конструктивной формы книги?

5.3. Способы типологического познания книги

В типологии книги используется ряд понятий, связанных с разными способами (методами) типологического познания книги: классификация, систематизация, типологизация (тиปизация). Уместно заметить, что Моргенштерн разделяет понятия типизации и типологии. По его мнению, типизация – это «процесс распределения произведений или изданий по заранее выделенным категориям, представленным в типологических схемах», в то время как типология - это знание категорий книги, «выделенных по признакам назначения и формы»³. Следует учитывать, что типологизации подлежат не конкретные издания, а произведения, входящие в издание и составляющие предмет издательской деятельности. Впервые развела понятия «произведение» и «издание» Л.Н. Кастрюлина⁴. Своё согласие с такой постановкой вопроса вы-

¹ Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М., 1973. – С. 214.

² Моргенштерн, И.Г. Проблемы типологии современной книги // Книга. Исследования и материалы. – 1975. – Сб. 30. – С. 47.

³ Моргенштерн, И.Г. Проблемы типологии современной книги // Книга. Исследования и материалы. – 1975. – Сб. 30. – С. 43.

⁴ Кастрюлина, Л.Н. Проблема типологии литературы и ее значение для теории и практики редактирования // Книга. Исследования и материалы. – 1973. – Сб. 26. – С. 33–48.

разил И.Г. Моргенштерн, считавший, что в процессе типизации имеет смысл для разграничения этих понятий ввести термины «тип произведений» и «вид изданий». При этом под первым понимать тип литературы, а под вторым – вид печатной продукции¹. При этом следует иметь в виду, что в классификации используется операция деления объема понятия. Систематизация предполагает исследование свойств отдельных групп с целью установления связей между ними и структуры исследуемой системы в целом. Типологизация предусматривает установление определенных типов, каждый из которых имеет комплекс отличительных признаков. Основными категориями типологического познания книги являются вид, тип, жанр.

Классификация (классифицирование) (от лат. *classis* — разряд, класс и лат. *facio* — делаю, раскладываю) происходит от логической процедуры деления объема понятия, с помощью чего выделяются группы, классы предметов, обобщенных в родовом понятии. При этом родовое понятие делится на видовые понятия. В таком значении классификацией можно считать любое деление некоторого множества предметов на подмножества, независимо от природы множеств и характера признаков, используемых в качестве основания деления.

Классификация, как правило, представляет собой определенную совокупность делений. Это способ группировки явлений, с помощью которого можно выявить взаимосвязи и взаимозависимость между отдельными элементами системы, а также определить их роль в действии этой системы. Иными словами, классификация демонстрирует, что все элементы книги обусловлены, детерминированы и в своей целостности неразрывны.

Обычно основаниями деления в классификации выбирают признаки, существенные для выбранных предметов. Если признак классификации отражает наиболее существенные свойства объекта классификации, то такая классификация называется естественной; она обнаруживает существенные сходства и различия между предметами и имеет познавательное значение. Таковыми являются предметно-отраслевые классификации: **УДК** (универсальная десятичная классификация) и **ББК** (библиотечно-библиографическая классификация). **УДК** — международная классификацион-

¹ Моргенштерн, И.Г. Проблемы типологии современной книги // Книга. Исследования и материалы. – 1975. – Сб. 30. – С. 47.

ная система знаний, объединяющая все отрасли знаний в единой универсальной структуре с общей десятичной нотацией. Используется УДК, главным образом, для индексирования и поиска сведений в документальных массивах по содержательным признакам. УДК является интеллектуальной собственностью международного Консорциума, который осуществляет контроль ее использования и координацию работ по ведению и развитию классификации. Национальные органы, ответственные за использование УДК, издают эталонные и рабочие таблицы УДК на национальных языках в соответствии с лицензией Консорциума УДК.

ББК – национальная классификация, специализированная для библиотек. Библиотеки ведут учет фондов по основным видам изданий, поэтому цель классификации – систематизировать издания в библиотеке и в библиографических изданиях, распределить по отраслям, группам и т.д. По мнению А.А. Беловицкой, существующие классификационные схемы не учитывают сущностную типологическую определенность изданий, что может быть преодолено при создании универсальной их типологии. И далее автор утверждает, что критериями дифференциации может быть общий замысел и целевое назначение.

С позиций системного подхода осмысляет проблему типологии книги А.А. Гречихин, подразумевая систему необходимых и достаточных признаков, «в диалектическом единстве отражающих сущность книги как способа информационного общения»¹. Объектом типологии книги являются, по мнению ученого, любые книговедческие явления, понятия, отношения, взаимосвязи. В первую очередь сказанное относится к книжному делу, книге, книговедению во всем многообразии их развития. Предмет типологии книги – это систематизация книговедческих процессов, объектов, понятий, методов.

В книжной торговле использовалась «Единая классификация литературы для книгоиздания в СССР». Для международной идентификации используется комплексный книготорговый индекс-шифр.

Российская книжная палата, готовящая материалы статистического учета, подразделяет печатную продукцию на книги и брошюры, ноты, карты, печатную графику, периодические и продолжаю-

¹ Гречихин, А.А. Проблемы критерия в современной типологии книги // Книга. Исследования и материалы. – 1987. – Сб. 54. – С. 55.

щиеся издания. В применяющейся там классификации учитывается содержание, целевое назначение и ряд других признаков.

Классификации могут быть и искусственными, учитывающими несущественные признаки. В целом системы классификации изданий помогают ориентироваться во всем многообразии находящихся в обращении книг. Универсальная типологическая система изданий способна оказать структурирующее влияние на издательскую практику.

Типообразующие признаки, отражающие функционально-целевое назначение произведения, были заложены в типологической схеме, предложенной В.Ю. Иваницким¹. Автор выделяет в массиве произведений следующие типы литературы: художественная, массовая политическая, музыкальная, научная, учебная, научно-техническая, научно-популярная, производственная. Вторая ступень деления предполагает типы произведений. Массовая политическая литература включает массово-агитационную и массово-публицистическую литературу. Научная литература – это научные труды и источниковедческие тексты. В группу учебных изданий входят учебники, учебные и учебно-методические пособия, в научно-техническую группу автор включил рефераты, просветительские и научно-технические произведения. Производственная литература – пособия, руководства, нормативные материалы. Целевое назначение каждого из типов литературы можно в сжатом виде представить следующим образом: справочное, учебное, информационное, практическое, популярное. Автор разработанной схемы типологии² подчеркивает взаимосвязь и взаимообусловленность функционально-целевого назначения произведения и читательского адреса.

Существенно расширяет границы целевого назначения И.Г. Моргенштерн³. Так, он считает, что официальная литература предназначена для управления процессами в обществе, научная – для распространения результатов научных исследований, учебная предназначена в помощь обучению, справочная – для нахождения фактических сведений, художественная литература – для удовлетворения эстетических потребностей и т.д.

¹ Иваницкий, В.Ю. Типология изданий как средства массовой коммуникации // Книга. Исследования и материалы. – 1994. – Сб. 68. – С. 58.

² Иваницкий, В.Ю. Указ. соч. – С. 61.

³ Моргенштерн, И.Г. Указ. соч. – С. 49.

Типологизация — это систематизация, построенная на применении понятия «тип» как совокупности (стойкого объединения) нескольких признаков, характеризующих сущность вещи или явления. О том, что типообразующие признаки должны рассматриваться в совокупности, в свое время, писал В.Ю. Иваницкий: «Число этих признаков в каждой из двух самостоятельных систем может достигать десятка и даже превышать это число»¹. Если основание деления в типологизации отражает системные свойства явлений, то типологизация в то же время выполняет задачу систематизации анализируемых явлений. Построение типологической модели книги связано с системным критерием типологизации, который включает:

- предмет (содержание, тема);
- целевое назначение (цель, социальная функция, социальное назначение);
- читательский адрес (читательское назначение, потребность, адресат);
- метод (способы логического мыслительного достижения поставленной цели информационного общения);
- знаковая природа информации (жанр, язык, знаковый признак);
- социальная значимость (новизна, ценность, полезность содержания);
- полнота (количественная избирательность социальной информации);
- социальный уровень (место, координаты в системе информационного общения);
- структура (способы членения и взаимосвязи содержания);
- время (историко-хронологический охват содержания, периодичность, сроки выхода из печати);
- пространство (территориально-географический охват содержания);
- материальная конструкция (полиграфическая форма, материально-конструктивный носитель, средства фиксации, воспроизведения и восприятия источников информации).

Таким образом, наиболее общими являются признаки функционального назначения, читательского адреса, характера информации, материальной конструкции. Функциональное назначение

¹ Иваницкий, В.Ю. Типология изданий как средства массовой коммуникации // Книга. Исследования и материалы. – 1994. – Сб. 68. – С. 70.

отражает взаимосвязь изданий с условиями и потребностями общественной жизни. Признак читательского адреса тесно связан с функциональным назначением и определяется в каждой конкретной группе изданий. Характер информации определяется глубиной разработки научных проблем, характером изложения материала, степенью нормативности, соотношением теоретического и эмпирического материала и др. Конструктивная форма включает целый спектр признаков, связанных с художественно-полиграфическим исполнением. Специалисты¹ выделяют несколько качественных уровней в оформлении изданий: повышенного качества, в улучшенном оформлении в обычном оформлении и экономном оформлении.

В ГОСТ 7.60-2003 вид издания определяется как «группа изданий, выделенная по какому-либо одному или нескольких отличительных признаков»². Издание – это произведение печати, которое:

- прошло редакционно-издательскую обработку;
- полиграфически оформлено;
- имеет выходные данные.

В основу типологии положено несколько признаков – целевое назначение, читательский адрес, характер информации, состав основного текста. ГОСТ выделяет следующие виды изданий в зависимости от признака классификации:

По целевому назначению: (т.е. характеристика издания с точки зрения выполняемой общественной функции). Цель издания тесно связана с жанром произведения. Жанр обуславливает функцию - воспитательную, развлекательную, образовательную, исследовательскую и др. Функциональное назначение издания диктует и способы использования. По целевому назначению выделяются следующие виды изданий: литературно-художественное, научное, научно-популярное, учебное, справочное, информационное, массово-политическое, духовно-просветительское, официальное, рекламное, производственно-практическое, нормативное производственно-практическое, издание для досуга.

По читательскому адресу: в определении читательского адреса играет роль содержание, отбор материала, уровень инфор-

¹ Типология изданий / НПО «Веселоуз. кн. палата», НИИ кн.; [Подгот. В.С. Агриколянский и др.]. – М.: Кн. палата, 1990. – С. 20–21.

² ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения // Основные стандарты для современного книгоиздательского дела. – М.: Изд-во «Бук Чембэр Интернэшнл», 2008. – С. 240.

мационной и культурной подготовки, аппарат, художественное оформление. По читательскому адресу выделяются издания: мас-совое, популярное, библиофильское, адаптированное, элитарное, издание для детей и юношества, для библиотек, для слепых, для служебного пользования. Каждое из перечисленных изданий имеет свой читательский контингент, отдавая предпочтение какому-либо жанру.

По характеру аналитико-синтетической переработки информации: библиографическое, реферативное, обзорное.

По знаковой природе информации: текстовое, изоиздание, нотное, картографическое.

По материальной конструкции: книжное, журнальное, газетное, комбинированное.

По составу основного текста: моноиздание, сборник, дайджест.

По периодичности: непериодическое, периодическое, серийное, продолжающееся.

По характеру информации:

1. Для научных и научно-популярных изданий это монографии, сборники научных трудов, материалы конференций, тезисы докладов научной конференции, автореферат диссертации, прейпринт (пред публикация, содержит краткое изложение темы).
2. Для официальных и нормативно-производственных изданий – это инструкции, прейскуранты, стандарты, уставные издания (свод правил, устав).
3. Для производственно-практических – практическое пособие, промышленный каталог.
4. Для учебных изданий – учебник, учебное пособие, методические материалы, букварь, хрестоматия, практикум, учебная программа, задачник, сборники упражнений.
5. Для справочных и рекламных изданий – энциклопедия, словарь, энциклопедический словарь, разговорник, толковый словарь, этимологический, орфоэпический, справочник, каталог, путеводитель.
6. Для литературно-художественных изданий – альманах, антология, документально-художественное, научно-художественное, песенник.

По оригинальности: оригинальное, переводное, многоязычное, с параллельным текстом

По способу организации произведений: академическое, собрание сочинений, избранное, многотомное, однотомное, отдельное издание,serialное издание.

По повторности выпуска: первое, переиздание, новое, дополненное, исправленное, переработанное, расширенное, стереотипное, повторное, перепечатка.

По формату: малоформатное, карманное, миниатюрное, портативное (малого объема, напечатанное убористым шрифтом), книжка-малютка, фолиант.

По характеру оформления и способу полиграфического исполнения: пейпербек, улучшенное, факсимильное, репринтное, литографическое, кипсек, ксилографическое издание. Сюда же можно отнести юбилейное и мемориальное издание.

По принадлежности автору: анонимное, собственное, прижизненное, посмертное, ведомственное, совместное, контрафактное.

Вопросы для самопроверки

- 1.Каковы различия между классификацией и типологией?
- 2.Каковы функции УДК и ББК?
- 3.Какие существуют типы литературы?
- 4.Какие признаки включает системный критерий типологизации?
- 5.Как в ГОСТе определяется «вид издания»?
- 6.Какие виды научных изданий выделяются по характеру информации?
- 7.Какие виды изданий выделяются по способу организации произведений?
- 8.Какие виды изданий выделяются по признаку повторности?

VI. Типология литературно-художественных и учебных изданий

6.1. Вопросы типологии в трудах ученых

В теории типологии С.П. Омелянчука за основание деления видов литературно-художественных изданий принимается целевое назначение. Автор определяет вид литературно-художественного издания как книговедческую категорию, «сущность которой отражает опосредованный в издании, во всех его основных признаках и характеристиках, способ организации литературного материала в отдельное издание»¹. Основной критерий, которым следует руководствоваться при определении вида издания сбораний сочинений – способ организации литературного наследия автора. Исходя из этой концепции, С.П. Омелянчук называет три вида литературно-художественных изданий: собрание сочинений, сборник, издание отдельного произведения.

В вопросах типологии Е.И. Прохоров² опирается на текстологический литературоведческий подход и выделяет пять видов литературно-художественных изданий:

- полное собрание сочинений;
- собрание сочинений (сочинения);
- избранные сочинения (избранные произведения, избранное);
- сборник;
- отдельное издание одного произведения.

В основу классификации положен критерий полноты состава издания, однако рамки применения этого критерия ограничены характером подготовки текстов литературно-художественного книжного издания.

Наиболее четко в представлениях Е.И. Прохорова текстологический подход проявляется при выделении категории типа издания. Для определения типа автор опирается на «характер работы над текстом» и добавляет для характеристики типов изданий целевое назначение. В его интерпретации издания можно разделить на следующие типы:

- документальные;
- критические (академические, научные и научно-массовые);

¹ Омелянчук, С.П. Текстология / С.П. Омелянчук. – М.: МГУП, 2006.

² Прохоров, Е.И. Текстология / Е.И. Прохоров. – М. : Высшая школа, 1966. – С. 136.

– массовые.

Кроме того, Е.И. Прохоров вводит признак целевого назначения, на основе которого выделяет научные и массовые издания. По его мнению, «научное издание преследует цель – удовлетворить научные потребности читателя», а издания научно-массового и массового типа рассчитаны на широкий круг читателей. С такой интерпретацией не согласен Г.В. Кожевников, который пишет, что специфика изданий научно-массового типа заключается в направленности на «грамотных читателей», которые не удовлетворяются только чтением произведения.

Принцип классификации, положенный в основу Прохоровым, был детально проанализирован Б.Я. Бухштабом¹. Так, в частности, он отмечал, что предложенная классификация охватывает далеко не все литературно-художественные издания. За пределами внимания остались прижизненные, факсимильные, переводные издания. Также подвергся критике сам принцип классификации, т.к. условия работы над текстом и требования, предъявляемые в издательствах, далеко не однородны. У самого Б.Я. Бухштаба² сложилось несколько иное видение принципов классификации. В качестве критериев автор берет целевое и читательское назначение и выделяет шесть типов литературно-художественных книжных изданий:

- академическое;
- неакадемическое;
- научно-массовое;
- массовое комментированное;
- массовое не комментированное;
- адаптированное.

Представитель библиотечно-библиографического направления в книговедении Б.Я. Бухштаб³ склонен осмысливать виды литературно-художественных изданий с точки зрения применимости к библиотечно-библиографической работе. Он выделил следующие три группы: собрание сочинений, сборник произведений, издание одного произведения. Однако ученому не удалось избежать более детального дробления внутри каждой из перечисленных групп.

¹ Бухштаб, Б.Я. Проблемы типологии литературно-художественных изданий // Книга. Исследования и материалы. – 1976. – Сб. 32. – С.6–14.

² Бухштаб, Б.Я. Указ. соч. – С. 38.

³ Бухштаб, Б.Я. Проблемы типологии литературно-художественных изданий // Книга. Исследования и материалы. - 1976. – Сб. 32. – С. 5–36.

Так в собрание сочинений вошли следующие подвиды:

- полное собрание сочинений, полное собрание текстов, полное собрание текстов с выбранными нетворческими текстами;
- полное собрание произведений, полное собрание художественных произведений;
- полное собрание произведений одного жанра;
- собрание выбранных произведений.

В группу сборников произведений вошли:

- авторский сборник;
- коллективный сборник;
- альманах;
- антология;
- хрестоматия.

В третью группу вошло издание одного произведения¹. В своей теории типологии ученый выделяет два подтипа изданий научного типа: «академическое» и «неакадемическое», что, по мнению Г.В. Кожевникова², нарушает логику систематизации. Границу между ними Б.Я. Бухштаб определяет на основе различия в целях и читательском назначении. Кожевников подчеркивает разницу между ними: академический подтип предназначен для исследовательской работы и предназначен специалистам узкого профиля, в то время как неакадемический подтип научного издания адресован специалистам широкого профиля. В своей систематизации Г.В. Кожевников выделяет три вида литературно-художественных книжных изданий: собрание сочинений, сборник, монография.

Редакционно-издательский и редакционно-текстологический подход представлен в работах Н.П. Лаврова³. Он вводит понятие «издательский замысел» как типологический признак, согласно которому выделил виды изданий:

- издание отдельного произведения (с полным текстом, с сокращенным текстом);
- сборники, авторские и коллективные. В свою очередь к авторским сборникам относятся сборники: жанровый, тематиче-

¹ Бухштаб, Б.Я. Указ. соч. – С. 34–36.

² Кожевников, Г.В. Типология литературно-художественных изданий: конспект лекций. – М.: Изд-во МПИ, 1985. – 136 с.

³ Лавров, Н.П. Основные понятия книговедения и типология печатных изданий: учеб. пособие / Н.П. Лавров. – М., 1978; Его же. Издания художественной, детской литературы, по искусству, филологии / Н.П. Лавров. – М., 1979.

- ский, хронологический. К коллективным сборникам относятся: жанровый, хронологический, жанрово-хронологический, тематический. К коллективным сборникам также причисляются альманахи, антологии, хрестоматии;
- собрания сочинений: собрание избранных произведений, не полное собрание сочинений, полное собрание сочинений.

В данной схеме Г.В. Кожевников отметил нелогичность выделения двух вариантов издания отдельного произведения. В случае адаптации текста, произведение должно рассматриваться как иное литературно-художественное произведение, а не как вариант более полного. И выходить оно будет как отдельное издание одного произведения, а не как его вариант.

На основе целевого назначения и читательского адреса Н.П. Лавров определил четыре типа литературно-художественных изданий: академическое, научное, научно-массовое, массовое. Отметим, что схема типологии литературно-художественных книжных изданий, предложенная Н.П. Лавровым, учитывает все предыдущие достоинства и недостатки ранее разработанных схем. Достоинство данной разработки заключается в том, что эти типы изданий прочно вошли в научный оборот и в практическую деятельность издателей.

Среди ученых нет единого мнения в вопросах определения типа издания. Так, С.П. Омилянчук считает, что тип издания – это книговедческая категория, отражающая «сущность опосредованного в издании способа организации литературного материала в издание, конкретизацию основного признака вида, его ограничение... до одной из составных частей целевого назначения вида»¹. Исследователь выделяет типы собраний сочинений на основе критерия полноты. Он пишет: «Собрание сочинений – это издание произведений и других литературных материалов автора, подобранных с полнотой, достаточной для общей, или исчерпывающей научно обоснованной характеристики его творчества в целом»². В результате автор выделяет следующие типы:

- академический;
- научный;
- научно-популярный;
- популярный.

¹ Омилянчук, С.П. Проблемы типологии собраний сочинений // Книга. Исследования и материалы. – 1969. – Сб. 18. – С. 20–43.

² Омилянчук, С.П. Указ. соч. – С. 25.

Современный взгляд на типы изданий художественной литературы представлен в работе С.А. Карайченцевой¹. Автор подразделяет издания по целевому назначению на научные, научно-массовые и массовые, а также на издания для детей и юношества. Каждый из этих видов изданий художественной литературы обладает своими особенностями.

В разработке типологии литературно-художественных изданий иногда используется жанровый признак. Жанры по роду литературного творчества делятся на эпический жанр, драматический (трагедия, комедия), лирический (ода, элегия, комедия). Выделяются жанры прозаические (рассказ, очерк, повесть, новелла, роман), поэтические (стихотворение, поэма, басня), драматические произведения (пьеса, сценарий), фольклорные произведения (сказка, загадка, пословица, поговорка, песня)².

Подводя итог, следует отметить, что единого критерия типологии нет, но взгляды исследователей объединяет то, что **тип издания** – это устойчивая историческая сложившаяся совокупность книг, объединенных общим целевым назначением. Целевое назначение книги заключается в решении тех задач, которые выдвигаются в обществе на первый план в каждый исторический момент. Целевое назначение книги определяет этапы работы над книгой, структуру произведения, стиль изложения, изобразительный материал. Цель издания диктует организацию работы издательства по редактированию, художественному оформлению, выбору элементов справочного аппарата.

Вопросы для самопроверки

1. В чём сущность текстологического подхода к типологизации?
2. Какой вклад внес в типологию Б.Я. Бухштаб?
3. Какие типы изданий выделяют С.П. Омилянчук и Е.И. Прохоров?
4. Что означает понятие научный тип издания?
5. Что представляет собой систематизация изданий Г.В. Кожевникова?
6. Что предполагает классификация изданий?
7. Что включает понятие научно-массовый тип издания?

¹ Карайченцева, С.А. Книговедение. Литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству: учебник для вузов / С.А. Карайченцева. – М.: МГУП, 2004. – С. 20-30.

² Швецова-Водка, Г.Н. Общая теория документа и книги: учебное пособие / Г.Н. Швецова-Водка. – М: Рыбари; К: Знания, 2009. – С. 357.

6.2. Виды и типы литературно-художественных изданий

Система изданий полифункциональна и обеспечивает комплексы коммуникативных, управлеченческих, познавательных, эстетических функций. Комплекс коммуникативных функций изданий реализуется, прежде всего, в процессе формирования социальных граней личности. Получая знания о связях и отношениях в обществе, а также о том, как каждая отдельная личность обеспечивает эти связи и отношения, о месте личности в обществе, читатель формирует свой гражданский, социальный облик. В процессе чтения он получает представления о социальных явлениях жизни, осваивает понятия, характерные для общественных отношений. Коммуникативные функции книги обеспечивают овладение традициями, позволяют читателю связать прошлое с настоящим, обозначить возможности будущего, понять саму суть прогресса цивилизации.

Управленческие функции издания включают воспитательные моменты: используя различные способы влияния на личность, книга формирует систему нравственных критериев человека, создает базу развития мировоззренческих позиций.

Познавательные функции реализуются, прежде всего, за счет усвоения содержания книги: в этом плане информационные качества книги становятся ведущими, причем основное внимание уделяется отбору данных об окружающей действительности с учетом возрастных особенностей читателей. Так, в процессе чтения ребенок впервые познает собственно книгу — как явление культуры, как средство варьирования впечатлений, разгадки тайн, поиска ответов на возникающие вопросы.

Особое значение приобретают обучающие свойства книги, формирующей само мышление, демонстрирующей методику овладения знаниями, развивающей логическое мышление, познание абстрактных понятий, умение сопоставлять, оценивать, отбирать, давать характеристики предметам и явлениям; книга способствует развитию языка субъекта, создает тезаурус информационной культуры личности.

Эстетические функции книги реализуются через восприятие художественного образа, направлены на развитие эстетической сферы личности. Эстетическое восприятие определяет нравственную позицию, формируя определенные свойства личности. Художественная литература развивает художественно-образное восприятие действи-

тельности, учит образному мышлению и выражению своих чувств и мыслей. Поэтому литературно-художественное издание направлено в первую очередь на развитие духовного начала человека.

Знакомство с литературно-художественным изданием, как отмечают психологи, активно воздействует на духовно-эмоциональную сферу личности. Как всякое искусство, художественная литература является формой художественного освоения действительности.

Таким образом, социальные функции изданий определяются теми задачами, которые решает система книгоиздания в целом, а также потенциальными возможностями влияния этой системы на читателей. Функциональное назначение рассматривается как более четкое и ясное выражение целевого назначения.

Вид литературно-художественных изданий формируется в соответствии с составом авторских текстов. Каждый вид издания обладает выраженным своеобразием, которое определяется принципами отбора произведений.

Моноиздание – это отдельное издание одного литературно-художественного произведения. Моноиздание состоит из произведений крупных жанров всех родов художественной литературы. Это роман и повесть (проза), поэма и стихи (лирика), пьеса (драма). К данному виду относятся и издания, выпускаемые параллельно на нескольких языках. Моноиздания включают произведения классической литературы и современные произведения отечественных и зарубежных авторов.

Сборник – вид литературно-художественного издания, включающий часть литературного наследия одного или нескольких авторов. Сборник может состоять из всех родов и жанров художественной литературы. Сборники подразделяются на авторские и коллективные. Авторский сборник представляет часть творчества автора и имеет разновидности:

- жанровый авторский сборник включает произведения одного жанра;
- тематический авторский сборник включает произведения, относящиеся к одной теме;
- хронологический авторский сборник включает произведения, созданные в определенный период творчества.

Иногда бывают смешанные авторские сборники: жанрово-тематический – «Повести о войне», «Морские рассказы», или жанрово-хронологический, например, «Стихи военных лет». В сборнике

может быть реализован признак читательского назначения: «Рассказы для детей». Прижизненные сборники составляются самим автором. В них подводятся итоги творчества, дается оценка самим автором. После смерти тоже могут выходить итоговые сборники, но в них составитель опирается на волю автора, на его взгляды и оценки. Коллективный сборник соединяет произведения разных авторов, например, «Поэты серебряного века». Это могут быть сборники пьес, песенники. Существуют сборники для читателей разного возраста, для различных профессиональных групп, для специалистов в той или иной области. Разновидности коллективных сборников обусловлены:

- жанром;
- родом художественной литературы;
- темой;
- периодом создания;
- литературным направлением.

Существует 3 разновидности коллективных сборников: антология, альманах, хрестоматия.

Антология включает наиболее значительные произведения определенного жанра или рода художественной литературы. Антология создается для того, чтобы познакомить читателя с характерными чертами развития литературы в определенный исторический период. Чаще включает стихотворные произведения.

Альманах включает ранее не публиковавшиеся произведения авторов, которые принадлежат к одному литературному направлению, кружку, объединению. Альманахи могут быть разными, у них нет единого основополагающего принципа формирования состава.

Хрестоматия включает художественные произведения полностью, но чаще в отрывках, подобранных в соответствии с учебной программой. Эти произведения отражают определенный период развития национальной или региональной литературы, литературы определенного жанра.

Собрание сочинений – вид литературно-художественного издания, включающий литературные и другие материалы автора (варианты, черновики, разные редакции, письма, дневники, заметки, сюжеты), наиболее полно характеризующие его творчество.

Существует 3 разновидности собраний сочинений:

- полное собрание сочинений;
- собрание сочинений;
- собрание избранных сочинений.

Полное собрание сочинений включает все тексты автора, расположенные по хронологии. Полные собрания сочинений выходят у известных авторов, признанных читателем и только на языке оригинала, т.к. перевод не может быть сделан так, чтобы можно было решать научные, исследовательские задачи.

Собрание сочинений включает в состав основные, наиболее интересные и значимые произведения. В это издание могут войти избранные письма, частично критика, публицистика, дневниковые записи.

Собрание избранных сочинений включает произведения, отражающие все творчество автора, дающее полное представление, хотя не все произведения входят в состав. Избранные сочинения включают основные произведения, отобранные по какому-либо признаку и характеризующие своеобразие автора. В избранных сочинениях отражается все творчество автора, а не его часть, как в сборнике. Это могут быть однотомные и многотомные издания.

Группировка литературно-художественных изданий по характеру подготовки текста ведется с учетом степени его сложности и особенностей редакторского подхода к публикуемым произведениям. При подготовке изданий научного типа требуется текстологическая работа с целью установления канонического текста, составлением сложных комментариев, в которых находит отражение уровня изученности текстов писателя. Особенно тщательно текстологическая работа ведется при подготовке к публикации литературных памятников древности. Производится выявление вариантов, сверка различных списков по прижизненным изданиям и другим источникам. Специфика подготовки фольклорных произведений состоит в отсутствии канонических текстов, т.к. они являются результатом народного творчества.

Издания художественной литературы делятся на следующие типы: научные, научно-популярные (или научно-массовые) и популярные (массовые)¹.

Научный тип изданий. Научное издание можно трактовать как издание, подготовленное научными методами и способами, или как издание, предназначенное для научных кадров. Научное издание является итогом литературоведческой и текстологической работы

¹ Карайченцева, С.А. Книговедение. Литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству: учебник для вузов / С.А. Карайченцева. – М.: МГУП, 2004. – С. 20-30.

по исследованию творчества автора. В нем содержится констатация уровня развития науки на каждый конкретный момент выпуска.

Литературно-художественное издание является научным, если текст ориентирован на исследование, что выражается в отборе фактического материала, структуре издания, в справочном аппарате. В научное издание, как правило, включаются все известные произведения автора, организованные преимущественно на основе хронологически-жанрового принципа. В состав могут быть включены ранее не издававшиеся произведения, или давно не переиздававшиеся. В изданиях научного типа устанавливается канонический текст, но вместе с тем, публикуются варианты и редакции, документально отражающие творческий процесс создания произведения. Изучение всего наследия автора завершается изданием собрания сочинений. Эти издания отличает научная новизна и актуальность.

Аппарат научного издания литературно-художественного произведения содержит комплекс элементов, репрезентативно представляющих итоги научной обработки. К ним относятся: текстологический комментарий исследовательского характера, различные указатели, вступительная статья, в отдельных случаях требуется поместить примечания. Научное издание снабжается солидным научно-справочным аппаратом, куда входят сопроводительные статьи с подробной характеристикой произведения и времени его создания, являющейся результатом его научного изучения. Этот тип издания включает характеристику эпохи, жизнеописание автора, текстологические и иные комментарии. Читательский адрес такого издания – специалисты, занимающиеся соответствующими исследованиями.

Научный тип отражает процесс и результат филологического изучения произведения, изданного в виде монографии. Часть творчества автора выпускается в виде сборника. Научные по типу сборники и монографии выпускаются редко. Они содержат новые материалы, в которых решаются текстологические проблемы. Включаются не только канонические тексты, но и варианты, также это относится к иконографии. Справочный аппарат не и аппарат, расширенный за счет вступительных статей, историко-литературного комментария, содержащего новую трактовку произведения, критический пересмотр в связи с новыми открывшимися материалами или обстоятельствами создания произведения.

Целевое назначение изданий научного типа – это научно обоснованная филологическая оценка произведений, представляющая базу для дальнейшего исследования. Целевое назначение характеризует издания с точки зрения выполняемой им общественной функции.

Типообразующими признаками являются:

1. Степень полноты издания. Включаются все произведения автора, в том числе незаконченные, наброски, черновики, с неустановленным авторством. Иногда это может быть одно произведение, но в разных вариациях. Подобный подход не только обеспечивает исчерпывающую полноту, но и исключает субъективизм редактора, на которого возлагается функция отбора произведений.
2. Степень подлинности текстов. Определяется в ходе текстологического исследования. Проверка осуществляется по рукописям, авторизованным печатным источникам. Пример того, как цензура поработала над произведением «Тихий Дон» Шолохова.

Вариант автора: полковник Чернецов, готовя бойцов к рубке с красногвардейцами произносит: «нагнём», цензурная правка «начнём», имея в виду, что красных нагнуть невозможно.

У Шолохова в рукописи: «Степан добавил походное словцо». Но чтобы принизить роль редакторы поправили на: «Степан добавил похабное словцо».

При отборе материалов во главу угла ставится авторское волеизъявление, какой из вариантов издавать. Некоторые авторы в защите авторской правой излагают свои требования относительно того, что не следует издавать. После кончины автора подбор произведений осуществляет редактор.

3. Особенности структуры издания, то есть расположение текстов. Наиболее часто употребляемым является хронологический принцип расположения, реже по значимости литературно-художественных достоинств произведения.
4. Характер аппарата издания. Самым сложным является аппарат, который также носит научный характер. Вступительная статья содержит цели и задачи, характеризует принципы текстологической подготовки. Комментарий освещает вопросы современного состояния и степени изученности текстов. Система указателей позволяет полно реализовать научный потенциал издания. Изобразительный ряд представлен не

только иллюстрациями, но и копиями документов, изображением географических мест.

Научное издание адресовано читателям-специалистам, занимающимся изучением публикуемых текстов, а не просто подготовленным читателям. Это ученые-филологи, специалисты в области литературы, способные оценить не только текст, но и контекст (т.е. те материалы, которые сопровождают текст и способствуют наиболее полному уяснению смыслов; это речевое и ситуативное сопровождение, например, условия, в которых создавалось произведение).

Научно-массовый тип изданий. Научно-массовый тип изданий – это научные по подготовке и массовые по тиражу издания. Издания этого типа включают произведения, не переиздававшиеся при жизни автора, его статьи и письма, сохранившие историко-литературное значение для современного читателя. Научно-массовое собрание сочинений выпускается с целью углубленного ознакомления с творчеством автора. В него включаются наиболее важные для характеристики творчества автора произведения. В первую очередь это классические произведения, предназначенные для изучения литературы в высших учебных заведениях, а также произведения, выходящие за рамки учебных программ. Эти издания полнее представляют творчество автора, освещают отдельные значимые периоды его жизни¹. Что касается тиража, то показатель высокого тиража не всегда соотносится с понятием массовости. В современном книгоиздании тиражи массовых изданий низкие, а в советское время, некоторые издания, выпускавшиеся огромными тиражами, массами были не востребованы. С другой стороны, массовые издания могут быть востребованы специалистами. Примером является компьютерная литература, тиражи которой высокие, а текст доступен для понимания далеко не всем читателям.

Этот тип изданий имеет научно-справочный аппарат, хотя и более облегченный по сравнению с научным изданием. Научно-справочный аппарат научно-массового издания дает представление об уровне изученности данного литературного произведения, в то время как массовое литературно-художественное издание, рассчитанное на самые широкие круги читателей, включает в справочный аппарат издания только те сведения, которые необходимы для адекватного понимания текста произведения и его места в литературном процессе.

¹ Козлова М.М. Редакторская подготовка литературно-художественных изданий: учебное пособие / М.М. Козлова. – Ульяновск: Изд-во УлГТУ, 2000. – 52 с.

Издание этого типа предполагает определенную текстологическую подготовку. Если уже имеются научные издания, то за основу берутся тексты научного издания. Учитываются только новые данные, появившиеся после публикации научного издания. Если канонических текстов нет, то они устанавливаются по источникам. Текстологическая информация отображается в комментарии.

Произведения мировой литературы даются в переводах, предварительно сверив их с оригиналом. Оригинал тоже берется строго научный. Издания научно-массового типа - неполные собрания сочинений, включающие и дополнительные материалы (варианты, редакции). Научно-массовые сборники и отдельные издания одного произведения также могут включать кроме полных переводов фрагменты нехудожественного наследия. Справочный аппарат содержит вступительную статью и комментарии, указатели, иллюстрации документального характера.

Целевое назначение научно-массовых изданий – популяризация произведений и популяризация знаний об этих произведениях, способствовать формированию устойчивого интереса к чтению и изучению творчества. Издания научно-массового типа знакомят читателя с забытыми произведениями, или не переводившимися на русский язык.

Читательский адрес изданий научно-массового типа – подготовленный читатель, квалифицированный специалист, филолог, в круг интересов которого входят исследовательские задачи. Также оно может предназначаться квалифицированному читателю, нередко специалистам-практикам, проявляющим повышенный интерес к творчеству конкретного автора.

Массовый тип изданий – это социально-полезные и общественно-востребованные издания, текст произведений которых доступен для понимания основной массой читателей. Этот тип преобладает в издательском репертуаре. Массовым типом издается классическая и современная литература. В изданиях этого типа выпускаются собрания сочинений, включающие основные произведения автора, что позволяет составить полное представление о его творчестве. Массовый тип изданий предназначен для чтения широкой аудиторией, имеет широкую покупательскую аудиторию. Целевое назначение – популяризация художественной литературы. Читательский адрес – все, кто любит литературу и способен воспринимать тексты литературно-художественных произведений.

Массовый тип изданий имеет простой справочный аппарат, который включает краткую статью, в доступной форме рассказывающую о достоинствах произведений. Это может быть предисловие или послесловие. Даётся объяснение сложных и непонятных мест в тексте. Произведения современных авторов публикуются в авторской редакции.

Массовое по типу собрание сочинений представляет собой избранное, включающее наиболее значительные произведения (разных жанров, разных периодов, разных тем). Справочный аппарат содержит вступительную статью биографического характера, примечания, указатели алфавитный, опечаток, сокращений, иллюстраций и др.

Целевое назначение литературно-художественного издания обусловлено его спецификой. Она выражается в том, что это определенный этап опосредования словесной художественной информации, словесной художественной деятельности и ее результата – словесного художественного образа – в коммуникационном процессе, как субъекта и результата литературно-художественного книжного общения, как формы существования в книжном деле литературно-художественной книги. Поэтому целевое назначение конкретного книжного издания включает в снятом виде целевое назначение всех предыдущих уровней этого коммуникационного процесса и его реализация в целостности литературно-художественного книжного издания становится действительностью всех предыдущих уровней. Цель – обеспечить обращение в обществе литературно-художественного произведения, организованного с наибольшей степенью сложности отражения его контекста и текста, отношения общества к нему средствами литературно-художественного книжного общения.

Читательский адрес литературно-художественного книжного издания – направленность книжного издания на литературно-художественный «книжный» тип читательского восприятия, на удовлетворение потребности в литературно-художественном книжном общении, потребности общества в фундаментальном, многократном (длительном) восприятии литературно-художественных произведений. Специфичность читательского адреса, направленности литературно-художественного книжного издания на определенный тип читательского восприятия объективно отражается в самом книжном издании, в способах организации литературно-художественного произведения в книжное издание.

Дифференцировать читателей художественной литературы можно по трем признакам: возрастной, профессиональный, психолого-педагогический (читатели с неопределенным вкусом, с гармонично развитым вкусом). Сложность читательского адреса тесно связана с тем, что читательские интересы могут выражаться как интерес к различным уровням предмета литературно-художественного книжного издания: как интерес к конкретному отдельному литературно-художественному произведению, как интерес к какой-либо части литературно-художественного общения (части творчества одного писателя, группы писателей одного жанра, литературного направления, эпохи и т.д.), как интерес к результату литературно-художественного общения в целом – всей совокупности литературно-художественных произведений одного автора, различных авторов.

Вопросы для самопроверки

1. Какие характеристики свойственны моноизданиям?
2. Что входит в состав полного собрания сочинений?
3. Что входит в состав собрания сочинений?
4. Какие признаки свойственны изданиям научного типа?
5. Каковы признаки научного литературно-массового издания?
6. Каково целевое назначение изданий научно-массового типа?
7. Какие признаки свойственны изданиям массового типа?
8. Какие элементы справочного аппарата необходимы изданиям разного типа?

6.3. Виды учебных изданий

Учебные издания – один из наиболее востребованных видов изданий. В первом полугодии 2014 г. только по школьным учебникам статистика дает сведения о росте тиражей по сравнению с 2011 г. примерно на 13%¹. При этом в связи с принятием Федерального перечня учебников для школы почти вдвое сократилось число наименований. Тем не менее, издания учебной литературы сохраняют свое видовое разнообразие, и в первую очередь, за счет литературы, предназначенный для высших и средних профессиональных учебных заведений. Издания учебной литературы подразделяются

¹ Рынок учебной литературы для общеобразовательных школ. Текущая ситуация и основные тренды // Книжная индустрия. – 2014. – № 7 (119). – С. 62.

на несколько групп: учебно-теоретические, учебно-практические, учебно-методические, учебно-справочные издания.

А) Учебно-теоретическое издание – учебное издание, содержащее систематизированные научно-теоретические сведения, изложенные в форме, доступной для изучения и понимания.

Учебник – издание, содержащее систематическое изложение учебной дисциплины, соответствующее учебной программе и официально утвержденное в качестве данного вида издания. Учебники бывают стабильные, в которых нет необходимости включать новый материал и обновляемые, где требуется вносить изменения. Состав, содержание, форма, объём и полиграфическое оформление издания зависят от категории учащихся различных образовательных уровней, от возраста обучающихся, от финансовых и технических возможностей издательства. Учебник для школьников используется систематически, поэтому он содержит более дробную рубрикацию и проверочные задания. Вузовский учебник предназначен для использования наряду с другими публикациями, и материал в нем представлен крупными темами, практический материал выпускается отдельно. Наряду с этим, в вузовских учебниках целесообразно помещать указатели (именной, предметный, хронологический и др.), которые способствуют ориентации в большом объеме материала, в основном малоизвестном обучающемуся.

Учебное пособие – издание, частично или полностью заменяющее или дополняющее учебник. Основные разновидности учебных пособий: учебные пособия по части курса (частично освещающие курс); лекции (отдельная лекция, текст лекций, курс лекций, конспект лекций).

Учебное пособие по части курса (частично освещающее курс) – учебно-теоретическое издание, содержащее подготовительный материал для создания учебника или материала, дополняющий уже имеющийся учебник; включает сведения в объеме, превышающем учебную программу, или, наоборот, отражает часть программы.

Отдельная лекция – учебно-теоретическое издание, содержащее текст одной лекции. Отражает содержание, объем и форму изложения лекции, читаемой определенным преподавателем.

Курс лекций – учебно-теоретическое издание (совокупность отдельных лекций), полностью освещающее содержание учебной

дисциплины. Отражает материал, читаемый определенным преподавателем.

Конспект лекций – учебно-теоретическое издание, в компактной форме отражающее материал всего курса, читаемого определенным преподавателем.

Б) Учебно-практическое издание – учебное издание, содержащее систематизированные сведения научно-практического и прикладного характера, изложенные в форме, удобной для изучения и усвоения. Предназначено для закрепления материала, полученного из учебно-теоретических изданий, и проверки знаний. Основными разновидностями учебно-практических изданий являются практикумы, хрестоматии, тренажеры, рабочие тетради и контрольно-диагностические материалы, позволяющие проверку образовательных результатов.

Практикум – учебно-практическое издание, предназначенное для закрепления пройденного материала и проверки знаний различными методами. Содержит практические задания и упражнения, способствующие усвоению пройденного материала. Основными разновидностями практикумов являются сборники упражнений, сборники задач (задачники), сборники иностранных текстов, сборники описаний лабораторных работ (сборники описаний практических работ, лабораторные практикумы), сборники планов семинарских занятий, репертуарные сборники, сборники партитур, сборники контрольных заданий.

Сборник упражнений – учебно-практическое издание, содержащее упражнения и методические рекомендации по их выполнению в объеме определенного курса, способствующее усвоению и закреплению пройденного материала и проверке знаний.

Сборник задач (задачник) – учебно-практическое издание, содержащее задачи и методические рекомендации по их выполнению в объеме определенного курса, способствующее усвоению, закреплению пройденного материала и проверке знаний.

Сборник иностранных текстов – учебно-практическое издание, содержащее иностранные тексты для изучения иностранного языка и методические рекомендации в объеме определенного курса, способствующее усвоению, закреплению пройденного материала и проверке знаний.

Сборник описаний лабораторных работ (сборник описаний практических работ, лабораторный практикум) - учебно-прак-

тическое издание, содержащее тематику, задания и методические рекомендации по выполнению лабораторных или практических работ в объеме определенного курса, способствующее усвоению, закреплению пройденного материала и проверке знаний.

Хрестоматия – учебно-практическое издание, содержащее систематически подобранные литературно-художественные, официальные, научные и иные произведения или отрывки из них, составляющие объект изучения учебной дисциплины. Хрестоматия способствует усвоению, закреплению пройденного материала, дополняет и расширяет знания учащихся.

Б) Учебно-методическое издание – учебное издание, содержащее систематизированные материалы по методике самостоятельного изучения учебной дисциплины, тематику и методику различных практических форм закрепления знаний (контрольных, курсовых, дипломных работ), изложенных в форме, удобной для изучения и усвоения. Основными разновидностями учебно-методических изданий являются методические рекомендации по изучению курса, методические рекомендации по выполнению контрольных, курсовых, дипломных и квалификационных работ. Сюда же следует отнести игровое учебное оборудование, которое обеспечит усвоение материала.

Г) Учебно-справочное издание – учебное издание, содержащее краткие сведения научного или прикладного характера, расположенные в порядке, удобном для их быстрого отыскания, и предназначенные для обучения. Основными разновидностями учебно-справочных изданий являются учебный толковый словарь, учебный терминологический словарь, учебный справочник.

Учебный толковый словарь – учебно-справочное издание, словарь, разъясняющий значение слов какого-либо языка, дающий их грамматическую и стилистическую характеристики, примеры употребления и другие сведения. Составляется в учебных целях, помогает организовать и направить преподавание и изучение лексического состава языка.

Учебный терминологический словарь – учебно-справочное издание, словарь, содержащий термины какой-либо учебной дисциплины (ее части, раздела), области знания и их определения (разъяснения).

Учебный справочник – учебно-справочное издание, справочник, содержащий сведения по определенной учебной дисциплине

(ее части, разделу) или комплексу дисциплин, предусмотренные учебной программой, помогающие изучению и освоению предмета. Включает комплекс сведений, имеющих прикладной практический характер.

Д) Учебно-наглядное издание – учебное издание, содержащее материалы в помощь изучению или преподаванию определенной дисциплины, содержание которого выражено изобразительно-графическими средствами с кратким поясняющим текстом или без него. Основными разновидностями учебно-наглядных изданий являются альбомы и атласы.

Альбом – учебно-наглядное издание, книжное или комплектное листовое изоиздание, имеющее обычно пояснительный текст, служащее для учебных целей.

Атлас – учебно-практическое издание, альбом, содержащий изображения различных объектов (карты, чертежи, рисунки и пр.), служащий для учебных целей.

Вопросы для самопроверки

1. Какие виды изданий входят в группу учебно-теоретических?
2. Какие виды изданий входят в группу учебно-практических?
3. Перечислить виды изданий в группе учебно-методических.
4. Перечислить виды изданий в группе учебно-справочных.
5. Дать характеристику учебника.
6. Дать характеристику методического издания
7. Дать характеристику наглядных изданий.

VII. Типология естественнонаучной и технической книги (ЕНТК)

Проблемами типологии естественнонаучной и технической книги в недавнем прошлом активно занимались книговеды московской школы, в частности, Ф.А. Кузин и В.В. Фролов¹.

Научный тип изданий обеспечивает коммуникацию в области науки и предназначен для специалистов. Целевое назначение изданий научного типа – информация о научных достижениях. Читательский адрес – научные работники, научно-педагогические кадры, аспиранты и магистранты. Принцип научности обусловил научный стиль изложения, высокий теоретико-методологический уровень, оперирование категориями и понятиями определенной области науки. Доказательная база обеспечивается таблицами, схемами, диаграммами, повышающими информативный потенциал текста. Научное издание сопровождается развернутыми комментариями, примечаниями, имеет вступительную статью, подготовленную авторитетными авторами, указатели, полные библиографические списки. К научному типу относятся следующие виды изданий естественнонаучной и технической книги: собрания сочинений, избранные сочинения, монографии, рефераты, материалы съездов, материалы конференций, тематические сборники, тезисы докладов, серии. Наиболее распространенным видом научных изданий являются материалы конференций, симпозиумов, а наиболее теоретическими являются монографии, как индивидуальные, принадлежащие одному автору, так и коллективные.

К научно-популярному типу относятся познавательные книги по всем темам, которые излагаются в доступной для понимания форме неспециалистами.

Научно-популярная литература — произведения о науке и ее достижениях, предназначенные для неспециалистов в данной области знания. Научно-популярная литература включает произведения об основах и отдельных проблемах фундаментальных и прикладных наук, биографии деятелей науки, описание путешествий и т.д., написанные в различных жанрах. Научно-популярная

¹ Кузин, Ф.А. Естественнонаучная, техническая и медицинская книга: учебник для вузов / Ф.А. Кузин. – М.: Изд-во «Мир книги», 1992; Фролов, В.В. Книговедение. Естественнонаучная и техническая книга: учебник для вузов / В.В. Фролов. – М.: МГУП, 2003.

литература привлекает внимание читателей различных уровней образования и возраста. Проблемы науки и техники рассматриваются в них с исторических позиций, во взаимосвязи и развитии «...не как склад готовых открытий и изобретений...», а как арена борьбы, «...где конкретный живой человек преодолевает сопротивление материала и традиции»¹. Лучшие популярные сочинения пропагандируют достижения передовой науки в форме, наиболее доступной читателям, которым они предназначены. Литература о науке сегодня обращена не только к читателю, не получившему систематического образования, но и к тем, кто имеет глубокие знания. Следует особо отметить, что в наше время неспециалист в данной области знания отнюдь не значит малоподготовленный читатель. Это человек, не получивший в данной сфере науки профессиональной подготовки. Им может быть и студент, и специалист высокой квалификации другой профессии, иногда смежной. Если рассматривать научно-популярные издания с точки зрения характера заключенной в них информации, то в первую очередь следует отметить свойственную им универсальность тематики. Они посвящены практически любой отрасли науки, техники, литературы, искусства. Причем постановка и решение рассматриваемых проблем, весьма разнообразны. Функциональное назначение научно-популярных изданий состоит в распространении и пропаганде научных и иных специальных знаний среди широких кругов читателей. Они выполняют важную социальную функцию, осуществляя связь между наукой и обществом, активно воздействуя на формирование мировоззрения читателей.

При тематической близости научно-популярных изданий к научным изданиям, они отличаются от них, главным образом, доступностью изложения темы для читателя. В них опускаются моменты, которые не могут быть понятны без знания узкоспециальных положений данной науки, способов доказательства, терминологии и системы условных обозначений². С точки зрения структуры для научно-популярных изданий характерно расположение частей, учитывающее дидактический принцип движения от простого к сложному. Как правило, они входят в серии, которые оказывают воздействие на конструкцию изданий заданным объемом,

¹ Горький, М. Собр. соч. – Т. 27. – М., 1953. – С. 108.

² Типология изданий / НПО «Всесоюз. кн. палата», НИИ кн.; [Подгот. В.С. Агриколянский и др.]. – М.: Кн. палата, 1990. – С. 85–86.

типовым оформлением и т.п. Многие научно-популярные издания невелики по объему и выпускаются в обложках. Иллюстрации в этих изданиях нередко носят образный характер, помогающий изобразительно выразить суть сложных явлений. Основная задача научно-популярных просветительских изданий — пробудить у широких кругов читателей интерес к науке, расширить их знания о жизни, помочь глубже ее понять. В результате развивается интеллект,рабатываются навыки научного мышления. Издания этого вида не предполагают обязательного применения полученных знаний на практике, хотя в ряде случаев знания могут быть использованы читателями в их деятельности.

Просветительские научно-популярные издания разнообразны по структуре. Они могут быть представлены научно-популярными монографиями, тематическими сборниками, многотомными изданиями. Научно-популярные монографии содержат всестороннее доступное неспециалисту исследование, посвященное основам науки или отдельным ее проблемам. Среди тематических сборников можно выделить сборники, посвященные отдельной проблеме науки, и сборники итогового типа, содержащие материалы, как по широкому кругу современных проблем, так и по итогам отдельных наук, этапам их развития, периодам их истории. Многотомные издания, как правило, связаны с дисциплинами, в которых большое место занимает описательный материал¹.

Научно-популярные издания могут быть полезными для специалистов смежных дисциплин, обладающих высокой научной подготовкой. Несмотря на популярный характер изложения, уровень осмысливания научного материала в этих изданиях строится с учетом запаса сведений профессионального и общего характера, которым владеет специалист другого профиля.

В изданиях, предназначенных для практических работников отрасли, характер информации зависит от профессиональной подготовленности читателя. Издания лишены сюжетной заостренности. Язык их приближается к языку научной литературы, однако он менее специальный, в нем нет узкоспециальных терминов. Структура и справочный аппарат изданий такого подвида имеют ряд особенностей. В предисловии разъясняется, что нового приносит данная книга по сравнению с классическими научными или

¹ Типология изданий / НПО «Всесоюз. кн. палата», НИИ кн.; [Подгот. В.С. Агреколянский и др.]. – М.: Кн. палата, 1990. – С. 89.

популярными трудами, знание которых читателем предполагается. В зависимости от целей популяризации и читательского адреса строится классификация научно-популярной литературы, предложенная В.Ю. Иваницким¹, выделившим:

- научно-популярные просветительские издания для массового читателя;
- научно-популярные издания для специалистов смежных научных дисциплин;
- научно-популярные издания для практических работников отрасли.

К производственно-практическому типу относятся практические пособия, инструкции и методические рекомендации, практические руководства, производственные монографии, промышленные каталоги, серии. Их целевое назначение – расширить профессиональный кругозор, содействовать внедрению передового опыта, новых технологий, новой техники. В настоящее время преобладают издания по медицине, образованию, сфере услуг и торговли. Читательский адрес – специалисты-практики разного уровня профессиональной подготовки. Стиль изложения упрощенный с использованием терминов, употребительных в практической работе. По объему это небольшие издания, в оформлении эконом-класса.

Нормативные производственно-практические издания содержат нормы, стандарты, правила и предназначены для стандартизации и унификации технологических процессов с целью повышения экономической эффективности. Материал излагается в строгом лаконичном стиле, предполагающем эпизодическое обращение к материалам по мере возникающей производственно-практической необходимости. Как правило, этот тип изданий востребован в рамках отраслевой специализации, поэтому выпускается небольшими тиражами в скромном оформлении. Важно, чтобы издание было снабжено справочно-поисковыми элементами, удобной навигацией, облегчающей поиск нужных сведений.

К справочному типу относятся энциклопедии, справочники, словари. Целевое назначение изданий этого типа – оперативное получение информации теоретического и практического характера. Специфика справочных изданий заключается в том, что информация представлена в сборном виде, почерпнутом из разных

¹ Иваницкий, В.Ю. О популяризации современных достижений науки и техники // Книга. Исследования и материалы . – 1966. – Сб. 12. – С. 63–76.

источников. Материал систематизирован посттейно, стиль его изложения близок к научному стилю. Допускается систематизация материала в табличной форме. Справочники предназначены для выборочного чтения. Читательский адрес – специалисты в определенной отрасли, лица различного возраста и рода занятий. Аппарат издания содержит элементы справочно-поискового и научно-вспомогательного характера.

VIII. Информационные и другие виды изданий

Информационные издания. В процессе культурно-исторической эволюции в процессе коммуникации рождается и получает динамичное развитие информационная сфера общественной деятельности. Управление информационным общением социума осуществляется через информационные издания, которые являются одним из средств упорядочения информационного потока. Под информационным изданием ученые-книговеды понимают особую систему информационного общения для целенаправленного управления социальной информацией в процессе общественной деятельности. Жанры информационных изданий складываются исходя из функционально-целевого назначения. Это библиографическое описание, рецензия, обзор. Цель информационных изданий – довести до читателей сведения о наличии, содержании, особенностях документов. Информационные издания предназначены для выборочного чтения, к ним обращаются периодически по мере возникновения потребности в правовой и инструктивно-нормативной информации. В основном пользуются информационными изданиями профильные специалисты, которые могут освоить и использовать их в своей деятельности.

Информационные издания по характеру аналитико-синтетической переработки информации включают библиографические, реферативные, обзорные и смешанные издания. К библиографическим изданиям относятся библиографические указатели, библиографические списки, библиографические обзоры и библиографические каталоги. Реферативные издания делятся на реферативный журнал, реферативный сборник, экспресс-информацию, информационные листки. Обзорные издания выпускаются двух видов: аналитические и концептуальные¹. Согласно этому делению, первые издаются центральными органами научно-технической информации, вторые – отраслевыми органами научно-технической информации. Смешанные издания могут содержать одновременно библиографическую, реферативную и обзорную информацию. Аппарат информационных изданий предполагает наличие комментариев, примечаний, вспомогательных указателей,

¹ Гречихин, А.А. Информационные издания. Типология и основные особенности подготовки / А.А. Гречихин, И.Г. Здоров. – М.: Книга, 1988. – С. 159.

списка сокращений и других элементов, обеспечивающих быстрый поиск и исчерпывающую информацию.

Официальные издания содержат материалы нормативного и директивного характера – законы, комментарии к законам, федеральные и региональные законодательные акты, указы, постановления. Цель этих изданий – проинформировать население обо всех изменениях в организационно-правовой сфере. Они предназначены для читателей, чьи потребности в подобной литературе обусловлены характером деятельности или выборочно интересующихся законодательными документами. Издания используются в течение всего срока действия законодательства. В официальных изданиях преобладает текст, стиль изложения сухой, лаконичный, деловой. Аппарат издания представлен справочно-поисковыми элементами: вспомогательные указатели, списки сокращений, перечень табличного материала.

Издания для досуга предназначены широкой аудитории с целью ознакомления с материалами об организации, быта, отдыха, хобби, изложенными в доступной форме. Тематика разнобразная, стиль изложения простой, иллюстрации включаются по мере необходимости и в зависимости от тематики. Издание для досуга сопровождается сопроводительными статьями – предисловием и послесловием, примечаниями, рубрикацией в содержании.

Рекламные издания имеют целью доведение информации о товарах и услугах и предназначены как специалистам, так и потребителям. Специфика организации текста состоит в акцентировании внимания на достоинствах и преимуществах товаров и услуг. Иллюстративный материал в рекламных изданиях играет большую роль и занимает доминирующее положение. Рекламное издание может быть непериодическим и периодическим малообъемным изданием – листовка или брошюра.

Духовно-просветительские издания – это религиозные издания, предназначенные для формирования религиозного мировоззрения. Круг потребителей маркируется возрастными, профессиональными, статусными параметрами. Объем, оформление, аппарат определяются в зависимости от многих факторов. Специфика духовно-просветительских изданий – неоднократные переиздания.

Вопросы для самопроверки

1. Какие издания относятся к научному типу?
2. Какие издания относятся к производственно-практическому типу?
3. Что включается в себя понятие научно-популярная литература?
4. Каково функциональное назначение научно-популярной литературы?
5. Какие существуют виды научно-популярных изданий?
6. Что такое информационные издания?

IX. Специфически оформленные и уникальные издания

Давно уже не секрет, что на рынке идет противостояние электронной и печатной книжной продукции. Патрик Форсайт еще несколько лет назад отмечал, что «книгоиздание и книжная торговля обладают менее выраженным стремлением к инновациям по сравнению с другими отраслями»¹.

Особенно заметно это на фоне быстрого развития мультимедиа технологий. Можно было бы сказать, что если тенденция сохранится, печатная книга будет окончательно вытеснена с рынка, как неконкурентоспособный товар. Однако говорить о реальных перспективах такого рода пока рано. На всем протяжении XX века полиграфии пророчили неминуемую гибель: сначала от «рук» радио, потом, в связи с изобретением телевидения, а впоследствии и из-за появления компьютеров. Но, несмотря ни на что, печатная книга все еще существует. Но для того, чтобы отсрочить «гибель» традиционной книги издателям приходится изобретать все новые формы своей продукции и искать средства воздействия на современного потребителя.

Издательская продукция всегда рассматривалась как товар, имеющий двойственную природу. Во-первых, это результат творческого труда, создаваемый с целью культурного, интеллектуального и нравственного развития человека и, как следствие, формирующий личность человека, побуждая его к изучению законов окружающей действительности и самопознанию. Во-вторых, книгу можно рассматривать как продукт промышленного производства. Как и всякий товар, книжная продукция занимает отдельную нишу, формируя тем самым рынок книжной продукции и осуществляя реализацию конечной цели – получения прибыли.

Давно известная двойственная природа книги с одной стороны задает определенный вектор ее развития, а с другой – загоняет книгу в рамки, это развитие ограничивающие. Исходя из особенностей книги, исторического опыта в области книгоиздания и полиграфии и сформировавшихся традиций, принято выделять два основных направления, по которым может проис-

¹ Форсайт, П. Маркетинг в книгоиздании / Патрик Форсайт; [пер. с англ. Ю.В. Суровикова]. – М.: Университетская книга, 2008. – 221 с.

ходить усовершенствование печатной продукции, в том числе книги:

- усовершенствование содержания;
- изменение внешнего облика книги и ее материальной конструкции.

Кроме того необходимо отметить, что существуют и такие случаи, когда изменение конструкции книги оказывает косвенное влияние на ее содержание.

Сложнее всего осуществить какие-либо изменения книги с точки зрения ее содержания, т.к. оно напрямую зависит от творческих способностей, индивидуального стиля и взглядов автора. Помимо прочего, содержание того или иного издания напрямую зависит от способов изложения и особенностей жанра. Вместе с тем, сегодня не исключена возможность возникновения новых жанров, к числу которых можно отнести **мэшап**, который, как литературный жанр, получил широкое распространение всего несколько лет назад. В России перевод и выпуск мэшап романов осуществляется с 2011 года издательством Corpus, Астрель. Самыми популярными произведениями этого жанра считаются «Гордость и предубеждение и зомби», а также «Андроид Каренина». Главной характеристикой жанра является использование сюжетов классических художественных произведений, или образов известных исторических личностей в сочетании с историями о вампирах, зомби, оборотнях, роботах. Отличительными чертами этого жанра можно считать:

- своеобразное соавторство классиков и современных авторов;
- то, что современные авторы не переписывают произведения, а лишь дорабатывают их, добавляют отдельные фрагменты, оставляя тем самым 70-90% оригинального текста классического произведения;
- тот факт, что любой элемент текста, привносимый в классический оригинал, стилизуется в соответствии с индивидуальной авторской манерой.

За счет подобного соединения фэнтези с классикой выигрывает не только более «низкий жанр», т.к. у читателей подобной литературы появляется возможность ознакомиться с классическим произведением, пусть измененным, но максимально приближенным к оригиналу. «Иными словами, речь идет о внутреннем потенциале классического произведения, которое путем «обновления» не утрачивает своей смысловой и эмоциональной наполненности. В неко-

тором смысле, подобное совмещение «обновляет» забытые классические тексты¹.

Еще одним достижением современного книгоиздания, но уже с точки зрения ее конструктивных особенностей, является **флипбук** - книжная серия, эксклюзивные права на выпуск которой принадлежат издательству «Эксмо». Первые издания из этой серии появились на российском рынке в 2013 году. Как утверждает издательство, «флипбук – это новая книжная серия в революционном формате впервые в России! Книги этой серии отличают высокая эргономичность и стильный дизайн. В серии собрано лучшее, что есть в мировой и российской литературе»². Как несложно догадаться, основные новаторские идеи, воплощенные в данном издании, касаются непосредственно элементов внешнего оформления и особенностей материальной конструкции издания. По своей сути, флипбук – это книга, максимально приближенная по своим основным параметрам к формату дисплеев электронных устройств: e-book, планшета или мобильного телефона. К характерным особенностям данного издания относятся:

- горизонтальная ориентация книжного блока;
- компактный формат (80x118 мм);
- применение особого сорта рисовой бумаги и специальных шрифтов;
- особый способ крепления книжного блока с переплетом, за счет задней сторонки переплетной крышки.

Следует также отметить, что эти особенности оформления влияют на аппарат издания, который сведен к необходимому минимуму, изменен макет аннотированной каталожной карточки, не используются ссылки, изменено традиционное расположение колонтитулов и колонцифр, в случае особой необходимости могут использоваться краткие за текстовые примечания. По мнению ряда специалистов, у изданий подобного формата большое будущее, так как это формат для тех, кто хочет идти в ногу со временем, но не готов отказаться от удовольствия чтения бумажной книги.

Также с точки зрения нестандартного оформления заслуживает внимания серия книг «Детская художественная литература» из-

¹ Антоничева, М. Роман с зомби // Журнальный зал: русский толстый журнал как эстетический феномен. Опубликовано в журнале «Знамя» 2012, №1. URL: <http://magazines.russ.ru/znamia/2012/1/a20.html> (Дата обращения: 26.10.14).

² Эксмо издательство [сайт]. // Книги серии. Флипбук. URL: <http://eksмо.ru/series/flipbuk-ID1326860/> (Дата обращения 26.10.14).

дательства «Лабиринт». В состав серии включены «современные и классические художественные произведения для дошкольников, учащихся младших и средних классов»¹. В рамках данной серии был разработан издательский проект **«Интерактивные книги»**. Понятие «интерактивная книга» по отношению к печатному изда-нию применяется впервые. Именно поэтому возникают некоторые затруднения с формированием его точной и однозначной трактовки. Однако, для формирования целостного представления об из-учаемом явлении в рамках данной работы, было введено следую-щее определение – печатное издание, построенное по нелинейному принципу подачи информации, содержащее в себе особого рода элементы: игры, объемные изображения и т.п., реализованные средствами современной полиграфии и предполагающее актив-ное участие читателя. В рамках проекта был осуществлен выпуск таких изданий как **«Остров сокровищ»** и **«Приключения Алисы в стране чудес»**.

Кроме так называемых интерактивных печатных книг в России, как и за рубежом, существует такое понятие, как **элитная книга**. Издания подобного рода выпускаются, зачастую, в единичном эк-земпляре, и предназначены для коллекционеров. В отличие от по-дарочных, иллюстрированных изданий, элитные книги являются своего рода предметом роскоши. Похожую роль книга исполняла в средние века, когда богато украшенные фолианты были показате-лем богатства и высокого положения в обществе. Сейчас на рынке книжной продукции можно найти и рукописные книги, и книги, напечатанные ксилографическим или литографским способом, предназначенные для коллекционеров и ценителей. Отдельную нишу занимают так называемые **«клубные» издания**, т.е. книги, выпущенные книжными клубами.

В России издательскую деятельность ведут несколько книжных клубов, которые выпускают уникальные книги, тираж которых, часто не превышает нескольких десятков экземпляров. Например, книжный клуб *Monplaisir* выпускает книги в элитном полиграфи-ческом исполнении и распространяет свои издания только среди своих членов. Для издания таких книг используют натуральную кожу, дорогие сорта бумаги, тиснение золотом и т.д. Часть подго-товки таких изданий выполняется вручную. Точно по таким же

¹ Лабиринт интернет-магазин [сайт]. // Путеводитель по издательству. URL: <http://www.labirint.ru/putevoditel-po-izdatelstvu/> (Дата обращения 24.10.14).

принципам работает и созданный при издательстве «Терра» элитный книжный клуб «Marly».

Кроме Monplaisir с 2003 года в России действует книжный бутик Libourge, который сотрудничает с основными издательскими домами, переплетными мастерскими и книжными клубами. Компания в основном занимается продажей элитных изданий, но также изготавливает книги на заказ и занимается переплетными работами.

Под гнетом растущей конкуренции изменяется не только форма книги, изменяется также и форма ее выпуска. Так, например, на Западе давно уже набрало популярность такое явление, как издательский **краудфандинг**. В общем смысле, краудфандинг – явление не новое и термин этот означает «народное финансирование» (от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование»). Этот процесс подразумевает добровольное объединение людьми своих ресурсов с целью поддержать усилия других людей или организаций. Цели могут быть совершенно различными – от сбора помощи пострадавшим в стихийных бедствиях и катастрофах до выпуска независимых компьютерных игр (индиигры).

Главное условие краудфандинга – изначально должна быть известна цель сбора средств и заявлена необходимая сумма, а информация должна быть доступна для всех участников и вкладчиков. В большинстве случаев такие акции осуществляются через Интернет.

Нетрудно догадаться, что **издательский краудфандинг** – это издание книги, или финансирование авторского творчества за счет добровольных пожертвований. В России, где, начиная с 1990-х годов, поддержка книгоиздания со стороны государства минимальна, новым и неизвестным авторам сложно выйти на рынок со своими произведениями. Тем более, что краундфандинг с точки зрения маркетинга – удачный прием, чтобы определить предпочтения и заинтересованность публики в том или ином издательском проекте. Сегодня на территории нашей страны существует две крупные краудфандинговые площадки, собирающие средства на издание книг по совершенно разным направлениям: бизнес-книги, детские, учебные издания, фотоальбомы, иллюстрированные книги. Наиболее развитой в России является на сегодняшний день краудфандинговая платформа Boomstarter, на втором месте находится платформа Planeta.ru

Так, например, из 133 проектов, предложенных на ресурсе [Pla-
net.ru](#) за последние два года, для 21-го были собраны нужные
средства, 82 проекта не нашли поддержки у аудитории, а 30 к
концу 2014 г. находились в разработке. По словам Юрия Лисова,
менеджера [Boomstarter](#), на данный момент общая сумма профи-
нансированных книжных проектов платформы составляет около
20 миллионов рублей.

Первыми инвесторами в таких проектах часто выступают те,
кто знаком с автором – его друзья, знакомые, родственники и чи-
татели. Если проект интересен аудитории и для него подготовлена
хорошая, качественная реклама, постепенно круг вкладчиков рас-
ширяется.

Идея издательского краудфандинга пришла в Россию из Евро-
пы, где сегодня действуют уже не платформы, а целые краудфан-
динговые издательства, в которые любой автор может принести
любой проект. Такие издательства занимаются рекламой будуще-
го продукта и поиском инвесторов.

Сегодня в области западного издательского краудфандинга на-
блюдаются две ключевые тенденции. Первая – отказ от комиссии.
В Канаде работает площадка, авторы которой не платят комиссию,
а деньги для работы сайта дают спонсоры. Вторая тенденция – раз-
витие нишевых ресурсов: сайтов, на которых финансируются толь-
ко туристические, только спортивные или только книжные проек-
ты. В России пока работают две площадки широкого спектра, но
наиболее вероятный вектор развития – это специализация. Плюс к
этому – развитие сопутствующих сервисов (продажа билетов), кра-
удфандинг мероприятий, семинаров, конференций.

Вопросы для самопроверки

1. Какие новые литературные жанры появились в России в по-
следнее десятилетие?
2. Что такое флипбук?
3. Что такое интерактивное печатное издание?
4. В чем сущность понятия краудфандинг, в каких сферах чело-
веческой деятельности он используется?
5. Какие основные издательские краудфандинговые площадки
существуют в России и по какому принципу они действуют?

Х. Факсимильные и библиофильские издания

В настоящее время большой процент книг, которые мы встречаем на полках книжных магазинов – переиздания, т.е. книги, выпущенные во второй, а то и в десятый раз. К числу таких переизданий относятся такие редкие издания, как **факсимильные**. Свое название этот вид изданий получил от слова «факсимиле» (лат. «fac simile» - «сделай подобное»). Это слово обозначает – печать, с помощью которой воспроизводится подпись человека. Факсимиле приравнивается к собственноручной подписи. Так, например, поздравительные письма, рассылаемые от лица президента РФ, содержат не его собственноручную подпись, а именно факсимиле. Само понятие факсимиле существует на протяжении вот уже нескольких веков. Раньше его использовали для того, чтобы перенести изображение в переписываемую от руки книгу. В современном виде факсимиле оформились в XIX веке. Они быстро завоевали популярность среди коллекционеров, которые увлекались собиранием автографов знаменитостей. Вначале подпись переводили на прозрачную бумагу, а затем переносили при помощи гравирования или литографии на металл, дерево или другой материал.

Факсимильными изданиями называют издания, а точнее переиздания, которые воспроизводят оригинал (первоисточник) с максимальной степенью подобия, вплоть до размера, внешнего вида бумаги, переплета, всех особенностей текста и иллюстраций. Такие издания копируют даже следы времени, пометки владельца и прочее. Такая точность продиктована самой целью факсимильных изданий – сохранить для читателей, историков и библиофилов, самые редкие, уникальные и ценные в художественном и историческом отношении книги, рукописи, картины. Первым факсимильным изданием считается копия единственного сохранившегося экземпляра старейшей немецкой книги «Предупреждение христианам против турок» («Mahnung der Christenheit wider den Tirken», 1454 г.)¹, которая была воспроизведена литографским способом в 1806 г. в Мюнхене. Изначально факсимильные издания воспроизводили копии первопечатных книг и, поскольку процесс их изготовления был трудоемким и требовал большого количества

¹ Тараканова, О.Л. Служебная библиотека букинистического магазина. Ч. 1. / О.Л. Тараканова, А.В. Семенова. – М.: Логос. – 2010. – 248 с.

времени, выпускались такие книги малыми тиражами (100-250 экз.) Промышленное производство печатных книг началось только в XIX веке, когда была изобретена фотография (40-е годы).

В России факсимильные издания появились благодаря известному русскому археологу, искусствоведу и коллекционеру П.И. Севастьянову, который в 1858 г., на проходившей в Московском университете выставке древних рукописей и старопечатных книг представил целый ряд факсимильных изданий, которые изготавливал сам фотографским способом.

Технология производства факсимильных книг совершенствовалась наравне с развитием новых технологий, и сейчас степень сходства такого издания с оригиналом достигла своего пика. Цифровые технологии позволяют воспроизвести оригинальное издание вплоть до мельчайших деталей: автографы, рукописи, письма и монограммы, ноты и рисунки, чертежи – все это в настоящий момент можно отобразить с максимальной степенью подобия. Технология факсимильного воспроизведения используется сегодня и в изготовлении полиграфической продукции. В полиграфии различают собственно факсимильные издания, практически не отличающиеся от оригинала, и издания факсимильного типа, которые не воспроизводят бумагу и переплёт, но передают оригинал в уменьшенном виде.

Одной из лидирующих компаний, которые занимаются изготовлением качественной штемпельной и полиграфической продукции является компания «МОСШТАМП». Она имеет многолетний и успешный опыт работы в изготовление печатей и штампов, печати с защитой и факсимиле. В настоящее время многие крупные издательства, такие, как издательство «Наука», «Аврора», «Просвещение» и др.

Кроме факсимильных, существует такое понятие, как **библиофильские издания**. Это издания, которые выпускаются ограниченным тиражом и предназначены для коллекционеров. От массовых изданий такие книги отличаются своим необычным полиграфическим исполнением: форматом, качеством бумаги и переплетного материала. Такие издания, как правило, нумеруются. Нередко библиофильские издания распространяются только среди ценителей и коллекционеров. Как и факсимильные, эти издания появились в XIX веке в Англии. Роксборо-клуб был одной из первых организаций, занимающихся выпуском библиофильских изданий.

Издания общества печатались тиражом до 60 экземпляров (только для членов клуба), отличались великолепным художественно-полиграфическим оформлением и до своего выхода в свет уже становились редкостью¹. Большое количество библиофильских изданий выпускается и во Франции. В России библиофильские издания появились в 30-е годы XIX века, когда в улучшенном, коллекционном оформлении выпускались работы писателей В. Одоевского, И. Богдановича, В. Соллогуба и др.

Большинство библиофильских изданий было выпущено в России в конце XIX – начале XX века, когда книжное дело приобрело монополистический характер, широкое развитие получили антикварная книжная торговля и библиофильство. Стоит заметить, что издания такого рода выпускаются как отдельно, так и могут входить в основной состав тиража книг массового типа в качестве более роскошного и дорогого их варианта.

Как уже упоминалось выше, библиофильские издания зачастую нумеруются. Эта традиция существует в России уже довольно долгое время. Сформировалась она в конце XIX – начале XX века и касалась в основном художественных изданий. Здесь отдельно стоит отметить деятельность Кружка любителей русских изящных изданий (1903-1917). Именно он стал первым официально оформленным библиофильским объединением России. При этом обществе действовало художественное объединение «Мир искусства», целью которого был выпуск произведений русских поэтов в улучшенном, предназначенном для ценителей и коллекционеров виде.

В 1920-е годы традиция создания библиофильских нумерованных экземпляров книг уже в советской России была продолжена некоторыми частными и кооперативными издательствами «Альциона», «Алконост» и др.). Так, одним из шедевров этого рода изданий является книга А. Блока «Двенадцать» с иллюстрациями Ю. Анненкова (СПб., 1918), нумерованные экземпляры которой были раскрашены от руки художником.

Вопросы для самопроверки

1. Что подразумевается под понятием «факсимиле», каковы его первоначальные функции?

¹ Тараканова, О.Л. Служебная библиотека букинистического магазина. Ч. 1. / О.Л. Тараканова, А.В. Семенова. – М.: Логос. – 2010. – 248 с.

2. Каковы причины и история появления факсимильных изданий в России и за рубежом?
3. Для чего нужны факсимильные издания на современном этапе развития общества?
4. Что такое библиофильское издание?
5. История появления библиофильских изданий.

XI. Типология периодических изданий

Основой типологии периодических изданий, также как и книжных изданий, является расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Чаще всего, типологию определяют как классификацию, но употребление термина «типология» выходит далеко за рамки понятия классификация. Понятие «типология» становится более синтетичным и универсальным¹. А.Г. Давыдов пишет: «Типология – отрасль знания, предметом которой является изучение внутренних законов и общих закономерностей развития периодических изданий, а также форм и специфики конкретно-исторического проявления этих законов и закономерностей»². Типология периодических изданий определяет особенности взаимодействия с политическими структурами, экономическими институтами, с потребителями информации, обеспечивает эффективную реализацию информационной политики.

Можно выделить множество параметров типологии: во-первых, типологические признаки носят не формальный и не частный характер. Изменение хотя бы одного из них влечет за собой целую цепь преобразований в облике и содержании изданий, считает С.Г. Корконосенко³. С другой стороны, типология – это классификация предметов или явлений по общности каких-либо признаков. Это систематизация, построенная на применении понятия «типа». Тип определяется учеными, как разновидность, форма, модель, характерная для определенной группы предметов⁴.

Свое определение типа периодических изданий дает В. Тулупов в статье «Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий», где автор отмечает, что «тип издания – это некий обобщенный образ, повторяющийся в той или иной степени, в группе реально существующих органов массовой информации; типология – это метод (а также результат) научного

¹ Корнилов, Е.А. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) // Методы исследования журналистики / Е.А. Корнилов, А.И. Акопов. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1984.– С. 65–67.

² Давыдов, А.Г. Типологический анализ газеты // Методы исследования журналистики.- Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1984.– С. 54.

³ Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004.

⁴ Засурский, Я.Н. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский. – М., 2001.

познания, научной систематизации, классификации газет (журналов, телерадиопрограмм) на основе общих для них признаков и свойств¹. Типология периодики находится в зависимости от многих внешних и внутренних причин и факторов, а движение в типологии происходит непрерывно. Это касается не только распределения средств информации по группам, но и самого набора критериев, принятых для описания изданий.

В связи с динамичным развитием периодических изданий в современной издательской практике проблема типологии приобретает особую актуальность. Множество исследователей в области книговедения занимались изучением периодических изданий, пытались определить их характерные черты. В этих исследованиях наметились два подхода к определению типообразующих признаков. Один из них ориентирован на читательский адрес, другой – на целевое назначение.

Существенный вклад в разработку проблемы типологии периодических изданий внес профессор А.И. Акопов². Заслугой автора является создание логической классификации периодических изданий и их типологическое моделирование. В своей классификации он выделил десять различных признаков периодического издания. К ним относятся: задачи и цели издания, авторский состав, оформление, читательская аудитория, жанры, внутренняя структура, издающий орган, периодичность, объем, тираж и др. По мнению ученого, все признаки тесно взаимосвязаны, и ни один из них не имеет приоритетов перед другими. Совокупность признаков, дающая полное представление о структуре издания в целом и о его компонентах, характеризует тип периодического издания. Исследователь А.Г. Бочаров³ определил пять типологических признаков. Приведем их в порядке значимости: целевое назначение издания, родовая принадлежность, характер аудитории, предмет или отражение сферы действительности, характер изложения.

¹ Тулупов, В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий / Коммуникации. № 8. URL: <http://www.relgau.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1970&level1=main&level2=articles>. (Дата обращения – 05.06. 2007).

² Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных изданий) / А.И. Акопов. – Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. – 96 с.

³ Бочаров, А.Г. Типология журналов переходного периода // Типология периодической печати: учеб. пособие / под ред. Я.Н. Засурского. – М., 1995.

Иные критерии типологии предлагает С.Г. Корконосенко¹, и его схема выглядит следующим образом.

I. По региону распространения:

- транснациональные (или национальные) средства информации, воздействие которых является международным;
- общенациональные СМИ, воздействие которых ограничено территорией страны;
- региональные, обслуживающие отдельные регионы или субъекты государства, территориально-административные объединения или части страны, например, в РФ это Северо-Запад, Нечерноземье;
- местные – издания районного, городского, областного значения.

II. По учредителю:

- государственные;
- негосударственные.

III. По аудиторной характеристике:

- СМИ для всех, т.е. универсальное периодическое издание;
- специализированные СМИ, рассчитанные на аудиторию, выделяемую по признакам пола, возраста, образования, профессии, вероисповедания.

IV. По легитимности:

- легитимные – периодические издания, прошедшие регистрацию в государственных органах;
- квазилегитимные – не разрешенные и не запрещенные;
- нелегитимные – периодические издания, игнорирующие требования органов власти по политическим или экономическим причинам.

V. По содержанию:

- качественные издания, материалы характеризуются аналитическим взвешенным подходом, надежностью проверенных фактов и профессиональных оценок;
- массовая пресса, нацеленная на ажиотажное внимание аудитории, сиюминутный интерес («Cosmopolitan»).

VI. По издательским характеристикам:

¹ Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.

- периодичность (ежедневные, еженедельные, декадные, ежемесячные, ежеквартальные и не имеющие строгой периодичности);
- тираж;
- формат (стандартный А2 и А4).

VII. Объем периодического издания измеряется количеством полос (четырехполосное, восьмиполосное).

Автор Л.Л. Реснянская¹ в классификации на первое место выдвигает признак аудитории. Согласно этой классификации периодические печатные издания делятся на универсальные и специализированные. При этом специализация может быть не только тематическая, но и гендерная, возрастная, профессионально-отраслевая. В другой работе Л.Л. Реснянской совместно с исследователем проблем типологии периодических изданий М.В. Шкондиным², выделяют на основе ряда классификационных признаков следующие периодические издания:

- массовые издания;
- качественные издания;
- специализированные издания;
- издания бульварного типа;
- издания для возрастных групп;
- издания для женщин и мужчин;
- издания для родителей.

Более детальное деление разработано Р.М. Ямпольской³, рассмотревшей вопросы типологии применительно к одному сегменту рынка периодических печатных изданий, а именно к женским журналам. В основу классификации было положено шесть типообразующих признаков:

- тип издания (журнал, газета, дайджест, бюллетень);
- характер изложения; по этому признаку женские журналы делятся на элитарные, массово-популярные, литературно-художественные;
- аудитория;
- объем. По этому признаку женские журналы делятся на «тонкие» и «толстые»;

¹ Реснянская, Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 4. – С. 3–4.

² Шкондин, М.В. Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.

³ Ямпольская, Р.М. Женская пресса: ее типологические особенности // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 1995. – № 1. – С. 15–25.

- формат. По этому признаку формат бывает большой и уменьшенный;
- целевое назначение.

Применяется также классификация периодических изданий по следующим признакам:

1. По месту выпуска и распространения:

- международные;
- общероссийские;
- республиканские;
- краевые;
- областные;
- городские;
- районные;
- низовые.

2. По периодичности:

- ежедневные;
- еженедельные;
- утренние;
- вечерние.

3. По полиграфическому исполнению:

- черно-белые;
- полноцветные.

В современное время динамичного развития общества четкие рамки структуры периодических изданий размываются. Тематика основной массы периодических изданий слишком многообразна и ориентирована на мелкий и дробный спрос. Кроме того, существует периодические издания узкой специализированной тематики. Это затрудняет выделение на базе общих типологических признаков того или иного типа издания.

В связи с недостаточной разработанностью типологии периодических изданий, для того чтобы определить направленность конкретного периодического издания, необходимо опираться не только на стандарты и теоретические работы, но и на ресурсы самого периодического издания, на концепцию редакционной коллегии, на интервью с теми, кто в целом готовит издание.

Вопросы для самопроверки

1. Какие критерии типологии выделил А.И. Акопов?
2. Какие первичные признаки типологии периодических изданий?

- 3.Какие вторичные признаки типологии периодических изданий?
- 4.Какие формальные признаки типологии периодических изданий?
- 5.Назовите периодические издания, классифицированные по месту издания и распространения?

XII. Типология электронных изданий

12.1. Классификационные признаки электронных изданий

Развитие электронных технологий в 1980-е годы породило понятие «электронная книга», которое относилось к материальным носителям. Западные ученые так обозначали устройства для чтения: компьютеров, ноутбуков, других персональных технических средств. Отечественные ученые-книговеды, в частности, А.А. Беловицкая, С.П. Омилянчук, Р.С. Гиляревский, И.Е. Баренбаум, считают, что электронные устройства не меняют сущность книги в ее традиционном понимании. Под электронной книгой понимается книга, «организованная в издание посредством компьютерных технологий, хранящаяся, распространяемая и потребляемая в киберсреде»¹. Представители документологической концепции придерживаются мнения, что в электронной среде существует понятие «документ». Свое понимание с точки зрения библиографии дает А.А. Гречихин: «Электронное издание можно отнести к категории жанр – научной категории, отражающей культурно-исторические, целенаправленные способы семиотического воспроизведения содержания (социальной информации)»².

Классифицировать объекты такой многогранной системы, как электронные издания, довольно сложно: множество сторон явления порождает множество критериев классификации. К тому же, в интернете каждый сайт или пост в фейсбуке считается средством информации.

Проблема типологии электронных изданий рассматривалась А.И. Акоповым³. Сеть рассматривается автором как структурированное средство массовой информации (СМИ) в виде электронных версий печатных изданий и собственно электронных изданий. Схожая позиция у И. Давыдова, разделившего средства массовой информации на сетевые оригинальные и электронные версии пе-

¹ Цит. по: Ильина, Л.Г. Оптимизация структуры мультимедийного учебно-методического комплекса (на материале книговедческих дисциплин): автореф... канд. филол. наук / Л.Г. Ильина. – М., 2009. – С. 12.

² Гречихин, А.А. Общая библиография: учебник для вузов / А.А. Гречихин. – М.: Изд-во МГУП, 2000. – С. 139.

³ Акопов, А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 17–25.

чатных изданий. В основу классификации было положено содержание, и по этому критерию выделяются новостные, комментарийные и смешанные¹. Более четкое определение видов СМИ дает в своей классификации Ю. Костыгова. Автор отмечает следующие виды СМИ: профессиональные-любительские, новостные-аналитические, общие-специализированные, популярные-элитарные². Типология электронных изданий во многом похожа на типологию печатных СМИ, и зачастую две типологии совмещаются. Об этой особенности он-лайновых информационных ресурсов говорится в статье А.Р. Сафиной³. Однако есть и существенные различия: например, невозможно определить тираж веб-сайта в традиционном понимании этого слова. В этом разделе мы попытаемся упорядочить типологические признаки и рассмотреть большинство известных типологий, предложенных исследователями. При этом следует учитывать ряд классификационных признаков, каждый из которых может играть приоритетную роль.

Наличие материального носителя

Автор И.М. Чикунов⁴ утверждает, что материальное воплощение не является непременным атрибутом электронного издания, т.к. последнее – прежде всего информационная сущность. Материальная сущность может быть выражена в виде некоторого носителя данных, однако если такой носитель используется для хранения и других данных или программ, то говорить о наличии материальной формы не приходится. Энциклопедии, разнообразные каталоги и базы данных распространяются на CD- или DVD-дисках, а также на флеш-носителях. Может существовать и третья форма – обновляемые электронные издания. В этом случае основная часть существует в информационной фазе, но по некоторым причинам другая часть информации должна обновляться или меняться, или просто храниться отдельно.

¹ Давыдов, И. Масс-медиа российского интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации // Русский журнал. – 2000. – 28 сентября.

² Костыгова, Ю. Сетевые СМИ: занимательная типология [Электронный ресурс] // Мир Internet: журнал. – 2002. – № 4. URL: <http://www.iworld.ru>. (Дата обращения – 16.06.2014).

³ Сафина, А.Р. Типология и история развития современных российских интернет-СМИ // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 3 (70). – С. 156–161.

⁴ Чикунов, И.М. Электронные издания: определение, классификация. Режим доступа: URL:<http://it-claim.ru/> Library Books / ITS / wwwbook / ist4b / its 4 /chikunov.htm / Загл. с экрана (Дата обращения – 17.11.2014).

Новизна публикации.

Прежде чем появился стандарт по электронным изданиям, ученые выработали собственные схемы классификации. Среди электронных изданий можно выделить «клоны» основного издания — они являются электронными аналогами обычных изданий и «гибриды» — модифицированные он-лайновые версии традиционных печатных изданий. Их создатели преследуют и проводят самостоятельную информационную политику, они отличаются от печатной версии издания не только по способу предоставления информации, но и по содержанию. Один из авторов классификации электронных изданий И.М. Чикунов выделяет оригинал-макет, копию и собственно издание в отдельный полиграфический критерий.

Новый ГОСТ Р7.0.83–2013¹ по новизне публикации выделяет самостоятельные, т.е. изначально созданные в цифровой форме и деривативные электронные издания. Деривативные издания — это цифровое представление печатного издания, использованного в основе или в составе электронного издания. В качестве основы может служить аудиовизуальная информация, оригинал-макет, выложенный в интернете в удобной для просмотра форме. Это калька печатного издания, выполненная его создателями. Стандарт предусматривает еще один вариант — электронные копии. Это отсканированные изображения документа, без указания выходных сведений электронного издания, выполненные читателями или пользователями и выложенные в сеть.

Критерии содержания.

Одной из отличительных особенностей электронных изданий является мультимедийная насыщенность. Поэтому И.М. Чикунов² разделяет издания на текстовые и мультимедийные. Основу первых составляет написанный на естественном языке литературный (научный или художественный) текст. Естественный язык продолжает оставаться наиболее удобным и универсальным средством социального общения, а его письменная форма — универсальным средством сохранения и передачи знаний. Поэтому, хотя издания первого типа и включают единственно символическую информацию,

¹ ГОСТ Р 7.083-2013. Национальный стандарт РФ. СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. – М., 2013. – 21 с.

² Чикунов, И.М. Электронные издания: определение, классификация // URL:<http://it-claim.ru/Library Books / ITS / wwwbook / ist4b / its 4 /chikunov.htm> / Загл. с экрана (Дата обращения – 17.11.2014).

они распространены не менее широко, чем вторые. Причиной этому можно назвать отсутствие необходимости включения других видов информации во многих областях – например, во многих справочниках. Мультимедийные издания легко классифицировать по содержащимся в них видам информации: текстовой, графической, аудио, видео, анимационной, виртуальной.

Интерактивность.

В стандарте выделяются следующие параметры деления по характеру взаимодействия пользователя и электронного издания:

- **детерминированное** электронное издание — это издание, параметры, содержание и способ взаимодействия с которым определены издателем и не могут быть изменены пользователем;
- **интерактивное** (недетерминированное) электронное издание — это издание, параметры, содержание и способ взаимодействия с которым прямо или косвенно устанавливаются пользователем в соответствии с его интересами, целями, уровнем подготовки и т.п. на основе информации и с помощью алгоритмов, определённых издателем.

Важнейшая функция электронного издания, как и издания печатного – это поддержка общения. В этом случае электронное издание выступает в роли паралингвистического графического средства общения. По аналогии с классификацией понятия общения в социологии можно выделить два основополагающих типа электронных изданий: **средства общения и средства массовой коммуникации**. Первые предназначены для поддержки коммуникационных процессов внутри малых и средних социальных групп, вторые — для организации обмена социальной информации внутри всего общества. Электронные издания и первого, и второго типа достаточно широко распространены и могут подразделяться на **статичные и интерактивные**. Интерактивные электронные издания способствуют общению непосредственно между людьми, предоставляя при каждом новом использовании, в зависимости от запроса, новую информацию. Статичные же издания фиксируют некий набор данных и при каждом использовании предоставляют только их.

Область применения.

По области применения электронные издания можно разделить на информационно-поисковые системы, презентационные,

программные издания. Наиболее распространены те, что используются для поиска требуемой информации. **Презентационные** электронные издания не содержат в себе механизма поиска данных – они предоставляют информацию в строго определенном порядке, заданном при их создании. Распространяемое сегодня программное обеспечение также попадает под определение электронного издания, что приводит к **программному типу** изданий. Особо выделены **имитационные** издания, связанные с виртуальной реальностью. Все названные типы изданий применяются в различных областях человеческой деятельности и предназначены для решения различных задач.

Кроме подобной типологии электронные издания можно классифицировать по социальным группам, в которых они применяются. При этом издания могут быть художественные (для развлечения и досуга), научные (для поддержки научного процесса), технические (для использования в инженерной деятельности), документальные (для поддержки документооборота) и т.д. При этом у технических и научных публикаций имеется целый ряд обязательных особенностей: качество представления информации не ниже, чем у полиграфических изданий; высокая скорость создания и низкая стоимость; удобочитаемость на всех типах современных компьютеров; содержание информации не ниже, чем у печатных аналогов; возможность содержать любую информацию; совместимость с любыми средствами доставки.

Структура издания.

По структуре электронные издания бывают **одночастные**, то есть на одном физическом носителе и **многочастные** – на двух и более физических носителях.

Составными частями любого электронного издания являются некоторые информационные объекты, имеющие связи друг с другом. Если такие связи имеют линейную структуру можно говорить об однородных изданиях. Такой вид изданий практически целиком совпадает с презентационными изданиями. При наличии сложной организации связей между объектами (древовидная или сетевая структура), следует говорить о гипертекстовом электронном издании. Вид связей при этом также может служить для классификации издания, однако наибольший интерес имеет набор связей.

Преимущества гипертекста очевидны – это интерактивность работы и многомерность представления. Если такой набор постоя-

нен во времени, то можно говорить о гипертекстовом статичном издании. При использовании гипертекстового продукта набор связей может быть изменен в процессе работы.

Внутренняя структура on-line изданий, по мнению А.И. Акопова, мало отличается от структуры печатных изданий. Прежде всего, это исходит от единства целей и традиционного подхода издателей, создающих сетевые журналы и газеты «по образу и подобию» традиционных бумажных. Деление публикаций внутри одного выпуска производится, прежде всего, по тематическому, жанровому и проблемно-целевому принципам. Например: «Политика и жизнь», «Экономика и жизнь», «Медицина и здоровье» и т.д.

Существует прямая связь между внутренней структурой издания и используемыми средствами его создания и использования. Последний фактор позволяет говорить о технологическом критерии классификации, разделяющем электронные издания на стандартные и специальные. На сегодняшний день основной стандарт электронных изданий — это HTML5. Это язык гипертекста, разработанный для использования в интернете и предоставляющий богатые возможности использования разных средств вёрстки.

Специалист в области электронных изданий И.М. Чикунов выделяет издания стандартной и специальной структуры: к стандартным относятся PDF- и HTML-файлы, к специальным — базы данных, файловые системы и программное обеспечение.

Целевое назначение.

В стандарте электронные издания по целевому назначению разделяются следующим образом:

- официальное электронное издание — электронное издание, публикуемое от имени государственных органов, учреждений, ведомств или общественных организаций, содержащее материалы нормативного или директивного характера;
- научное электронное издание — электронное издание, содержащее сведения о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях;
- научно-популярное электронное издание — электронное издание, содержащее изложенные в популярной форме сведения о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и техники;
- практическое электронное издание — электронное издание, содержащее сведения по технологии, технике и организации

- производства во всех областях общественной практики, рас- считанное на специалистов различной квалификации;
- нормативное электронное издание — электронное издание, содержащее нормы, правила и требования в разных сферах практической деятельности;
 - учебное электронное издание — электронное издание, содержащее систематизированные сведения научного или прикладного характера, изложенные в форме, удобной для изучения и преподавания, и рассчитанное на учащихся разного возраста и степени обучения;
 - социально-политическое электронное издание — это издание, содержащее материалы общественно-значимой тематики, а также агитационно-пропагандистского характера и предна- значенное для широкого круга читателей;
 - справочное электронное издание — электронное издание, содержащее краткие сведения научного и прикладного ха- рактера, расположенные в порядке, удобном для их быстрого отыскания;
 - электронное издание для досуга — электронное издание, со- держащее общедоступные сведения по организации быта, разнообразным формам самодеятельного творчества, различ- ным видам увлечений, компьютерные игры;
 - рекламное электронное издание — электронное издание, со- держащее изложенные в привлекающей внимание форме сведения об изделиях, услугах, мероприятиях с целью созда- ния спроса на них;
 - художественное электронное издание — электронное изда- ние, содержащее произведения художественной литературы, изобразительного искусства, театрального, эстрадного и цир- кового творчества, произведения кино, музейную и другую информацию, относящуюся к сфере культуры и не являющуюся содержанием научных исследований;
 - информационное электронное издание — электронное изда- ние, содержащее систематизированные сведения о докумен- тах, либо результат анализа и обобщения сведений, пред- ставленных в первоисточниках.

Периодичность.

Современный ГОСТ устанавливает следующее разделение из- даний по периодичности:

- непериодическое электронное издание — издание, выходящее однократно, не имеющее продолжения;
- сериальное электронное издание — совокупность электронных изданий, выходящих через определенные промежутки времени, или по мере накопления материала, но не реже одного раза в год, имеющих общее заглавие для всех однотипно оформленных нумерованных и (или) датированных выпусков. В свою очередь, сериальные электронные издания делятся на следующие виды:
 - периодическое электронное издание — электронное издание, выходящее через определённые промежутки времени, постоянным для каждого года числом номеров (выпусков), не повторяющимися по содержанию выпусками;
 - продолжающееся электронное издание — электронное издание, выходящее через неопределённые промежутки времени, по мере накопления материала не повторяющимися по содержанию выпусками;
 - обновляемое электронное издание — электронное издание, выходящее в виде нумерованных или датированных выпусков, добавление материала в которые происходит через определенные или неопределенные промежутки времени. Каждый выпуск содержит в себе информацию, накопленную в процессе его создания.

Исследовательница М.А. Уланова, специально изучавшая периодические электронные издания, считает, что традиционно (применительно к бумажным изданиям) отнесение издания к группе «периодические издания» осуществляется по признаку его повторяемости во времени. Для того, чтобы быть причисленным к периодическим изданиям, оно должно выходить через строго определенные промежутки времени. Однако в интернет-изданиях представление о периодичности претерпевает качественные изменения. В первую очередь это связано с тем, что в интернет-изданиях исчезает безусловность тождества периодичности выхода в свет и понятия выпуска, номера. При том, что хронологическое осмысление материала остается, нарушается принцип синхронного выхода (выпуска) новых материалов (само понятие «выпуска» заменяется на «обновление»). Один раздел может обновляться ежедневно, другой — ежемесячно, третий — раз в два месяца и т.п. Однако определить периодичность издания, в котором один раз

дел обновляется ежедневно, другой – еженедельно, третий раз в месяц, а четвертый хранит публикации по нескольку месяцев и даже годы, довольно сложно. По сути, в интернет-изданиях, происходит трансформация традиционного представления о периодичности. В этом смысле принятые в традиционных исследованиях методы анализа и классификации периодичности изданий оказываются несостоятельными, считает М.А. Уланова. Она предлагает один из вариантов решения данной задачи следующим образом: определять периодичность интернет-издания, исходя из наиболее частого вида выпуска новых материалов.

Особенностью периодических изданий в электронном виде является то, что между участниками информационного обмена происходит многостороннее взаимодействие с помощью интерактивных средств – форумов, электронной почты, блогов. Следует отметить новые возможности, которые предоставляет интернет – это рейтинги, интерактивный мониторинг, система ссылок. Можно предложить следующую классификацию электронных периодических изданий по видам периодичности:

- обновляющиеся в режиме реального времени;
- ежедневные;
- еженедельные;
- ежемесячные;
- обновляющиеся раз в квартал;
- обновляющиеся раз в полгода;
- ежегодные.

При всем разнообразии электронных периодических изданий, общей остается цель – информирование, популяризация, реклама и пропаганда. Важной особенностью периодических электронных изданий является резкое сокращение сроков выхода в свет электронного издания, а также то, что число электронных периодических изданий растет опережающими темпами. Эту особенность электронных периодических изданий отметил А.И. Акопов, подчеркнувший, что число ежедневных и еженедельных электронных изданий по отношению ко всему их количеству во много раз выше того же соотношения в бумажной прессе.

Природа основной информации.

По природе основной информации электронные издания различают:

- текстовое электронное издание — электронное издание, содержащее преимущественно текстовую информацию,

- представленную в форме, допускающей посимвольную обработку;
- изобразительное электронное издание — электронное издание, основу которого составляют целостные (графические) образы объектов, представленных в форме, допускающей просмотр и печатное воспроизведение, но не допускающей посимвольной обработки. Изобразительные электронные издания делятся на статичные и динамичные. Статичные, то есть неподвижные, а динамичные – движущиеся (анимация, видео, кино-произведения). По стандарту статичное издание – это «стабильное во времени, двухмерное изображение...», в то время как динамичное электронное издание – это «последовательное воспроизведение связанных изображений, приводящее к эффекту движущегося изображения...»¹;
 - электронное аудиоиздание – электронное издание, основу которого составляет звуковая информация в форме, допускающей ее прослушивание, но не предназначенная для печатного воспроизведения;
 - мультимедийное электронное издание — электронное издание, в котором элементы различной природы основной информации воспроизводятся взаимосвязано при помощи соответствующей программной оболочки.

Принцип мультимедийности эффективно работает в детских энциклопедических изданиях, которые обретают функции средства обучения. Согласно исследованиям, проведенным в этой области, выделяется четыре функциональные особенности детских электронных энциклопедий: справочная, экспериментальная, диадаическая и интерактивного тренажера².

Поскольку год за годом компьютерные технологии позволяют представлять все больше видов изданий в электронном виде, то многие исследователи предлагают новые категории электронных изданий и вводят дополнительные их виды. Так, например,

¹ ГОСТ Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения» // URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200104766>. (Дата обращения – 17.11.2014).

² Макарова, Н.Н. Коммуникативно-игровая методика развития речи младших школьников на основе мультимедийных материалов: автореф... канд. пед. н. / Н.Н. Макарова. – М., 2008. – 24 с.

Е.И. Козлова¹ при анализе состава электронных изданий говорит о необходимости введения следующих дополнительных категорий:

- геоинформационное электронное издание — это картографическое электронное издание, содержащее преимущественно картографическую информацию, представленную в форме, допускающей просмотр и печатное воспроизведение;
- видео-анимационное электронное издание — электронное издание, содержащее цифровое представление видео-анимационной информации в форме, допускающей её просмотр, но не предназначенной для печатного воспроизведения.

Таким образом, исследовательница отмечает недостаточность видовых категорий и необходимость дальнейшего изучения, а также дополнения видовых характеристик электронных изданий.

Несколько иную классификацию электронных изданий выделил В.А. Вуль². В разработанной им классификации он выделил наиболее существенные признаки:

- периодичность издания;
- круг потребителей продукции;
- вид издания;
- способ распространения;
- формат издания.

Результаты своей классификационной работы В.А. Вуль представил по нескольким критериям. По периодичности электронные издания делятся на:

- периодические (газеты, журналы, ежегодники);
- непериодические (книги, реклама, серийные).

По виду издания бывают:

- общие;
- научные;
- учебные;
- детские;
- справочные;
- альбомы.

По способу распространения:

- электронные издания, распространяемые на CD-ROM;
- сетевые электронные издания.

¹ Козлова, Е.И. Направления развития российского рынка электронного книгоиздания // Книга. Исследования и материалы. – 2007. – Сб. 87. – Ч.2. – С. 64–65.

² Вуль, В.А. Электронные издания: учебник / В.А. Вуль. – СПб.: БХВ – Петербург, 2001. – С. 22.

По формату издания:

- в формате PDF;
- гипертекстовые;
- сценарные;

Мультимедийные:

- с аудиофрагментами;
- с анимационными фрагментами;
- с цифровым видео.

Каждая из представленных классификаций не лишена своих достоинств и недостатков. Одновременно с этим, по некоторым признакам можно выделить дополнительные подвиды электронных изданий. Например, классификацию В.А. Вуля можно дополнить следующими положениями: основными форматами распространения электронных изданий; сегодня это — гипертекстовые форматы PDF и HTML. Используются и другие форматы для представления информации, в частности, мультимедийной. Очень многие сетевые электронные библиотеки используют в сети формат DjVu. Различные форматы изданий требуют различного программного обеспечения, позволяющего воспроизводить информацию на экране, или распечатывать на бумаге. К этому можно добавить, что сетевые электронные издания (сайты) также поддаются дополнительной классификации.

Вопросы для самопроверки

1. Какие электронные издания выделяются по признаку новизны публикации?
2. Что означает признак интерактивности в электронном издании?
3. Что означает признак мультимедийности?
4. Что такое гипертекстовое электронное издание?
5. В каких случаях применяется гиперссылка?
6. Какие выделяются электронные издания по признаку периодичности?
7. Что такое деривативное электронное издание?

12.2. Классификация web-сайтов

Web-сайты — совокупность web-страниц (файлов электронных документов, созданных для распространения в компьютерной сети и доступных для чтения с помощью браузера), объединенных гиперссылками. В исследовании О.П. Сотниковой дается определение: «Сайт – это полисемиотичное, мультимедийное и перманентно обновляемое произведение, существующее только в интернет-среде»¹. Интернет-изданием (интернет-СМИ) может считаться не любой сайт. В соответствии с законом «О средствах массовой информации», принятым в последней редакции Государственной Думой РФ 3 июня 2011 года, интернет-сайт может быть зарегистрирован как СМИ только в случае, если от его владельцев поступило соответствующее заявление. Сайт, зарегистрированный как СМИ, может пользоваться всеми правами, предоставляемыми средствам массовой информации: получать аккредитации на мероприятия, запрашивать информацию от органов государственной власти и местного самоуправления, может пользоваться льготами при уплате страховых взносов в фонды социального страхования, получать государственную поддержку.

Специфика сайтов, отмеченная одним из исследователей², состоит в том, что объект располагается в интернете, имеет одно доменное имя (корневой URL-адрес), состоит из одной, или нескольких веб-страниц, объединенных одной темой, логической структурой и оформлением. Преимущества сетевого представительства издательств являются: непрерывность работы, неограниченный объем информации, массовый контингент пользователей, наличие встроенных маркетинговых инструментов, экономичность представления и распространения информации.

Следует различать домашние страницы – односторонние сетевые электронные издания, посвященные отдельной личности или предмету. Некоммерческие сайты – многосторонние сетевые электронные издания, создаваемые для решения информационных, просветительских и коммуникационных задач, не предполагающие получение прибыли владельцами сайта. Имеет место быть инфор-

¹ Сотникова, О.П. Интернет-издание от «а» до «я»: учебное пособие / О.П. Сотникова. – М.: Аспект-Пресс, 2014. – С. 30.

² Миронов, С.Н. Рекламные технологии в электронных изданиях: автореф... канд. филол. наук / С.Н. Миронов. – М., 2009. – С. 9.

мационный сайт – многостраничное электронное издание, которое содержит информацию по некоторой предметной области. Например, сайт «Визитка» — многостраничное электронное издание, содержащее основную и неизменяемую информацию о компании. Также может существовать **сайт-витрина** – электронное издание, каталог, основную часть которого составляет информация о магазинах, товарах и ценах, предложения от многих агентств, компаний и частных лиц. **Промо-сайт** – электронное издание для популяризации и позиционирования группы продуктов компании, или посвященное отдельной акции компании. Основные черты промостиля оформления – это много графики и эффектов, ярких образов, рекламное содержание сайта, отсутствие внешней рекламы. **Интернет-представительства** – многостраничные сетевые электронные издания, предназначенные для информирования общественности о деятельности владельца сайта, продвижения его услуг, идей или продукции. **Интернет-магазины** – создаваемые в сети торговые площадки, сайты, предназначенные для продажи товаров через сеть интернет и автоматизации сопутствующих бизнес-процессов. **Интернет порталы** – крупные сайты, обеспечивающие предоставление читателю различных сервисов сети интернет: электронной почты, блогов, рассылок, телеконференций и т.п.

Современная классификация сайтов издательств дополнена такими интернет-представительствами, как **сайт-клуб** и **сайт-офис**¹. Данным дополнением классификация сетевых электронных изданий далеко не исчерпывается. Например, **flash-сайты**, несмотря на простую структуру и ограниченную функциональность, используются для создания чего-либо необычного, креативного, призванного произвести впечатление на пользователей, привлечь внимание.

Поскольку сетевые электронные издания на сегодняшний день являются одной из основных форм представления информации в электронном виде, то классификация именно сетевых изданий сейчас ставится на первое место многими исследователями, занимающимися проблемами электронной книги.

Например, С.В. Никандров предлагает свою классификацию сетевых электронных изданий, отличающуюся от представле-

¹ Зинченко, Ю.С. Концептуальные основания проектирования корпоративного издательского сайта: автореф... канд. филол. наук / Ю.С. Зинченко. – М., 2009. – С. 13.

ной выше классификации. В качестве обоснования необходимости классификации сетевых изданий и документов он приводит следующие доводы: «При исследовании профессиональных информационных ресурсов важно, прежде всего, определить тематику, отраслевую принадлежность электронных документов, — пишет Никандров. — Эти данные позволяют судить об информационной обеспеченности различных отраслей, широте использования в них документов на электронных носителях. Интересно также проследить, отражается ли отраслевая специфика на других характеристиках электронных документов¹. Кроме того, исследователь отмечает, что процесс типизации web-сайтов оказался сложнее, чем типизация традиционных изданий, так как составляющие сайт электронные документы могут быть самыми разными.

Никандров предложил комбинированные, или комплексные типы web-сайтов. Однако он отмечает, что встречаются и некомбинированные варианты – научные, справочные, производственно-практические, состав которых достаточно однороден. Типизация осуществлялась на основе преобладания определенных типов электронных документов, входящих в состав web-сайта.

В результате С.В. Никандров выделил следующие типы web-сайтов:

- официальные: содержат материалы нормативного или директивного характера, правила, нормы и требования в разных сферах, распространяемые от имени государственных органов, ведомств или общественных организаций;
- научные: содержат информацию о научной деятельности организаций, результаты теоретических и экспериментальных исследований, публикации научного характера;
- справочные: содержат краткие сведения научного или прикладного характера, расположенные в порядке, удобном для их быстрого отыскания, не предназначенные для сплошного чтения, но в обязательном порядке имеющие поисковые системы;
- производственно-практические: охватывают сведения по технологии, технике и организации производства, рассчитанные на специалистов различной квалификации, дающие характеристику объекта описания или отрасли техники;

¹ Никандров, С.В. Научно-техническая информация в русскоязычной части Интернета: цели, методика и результаты изучения / Науч. электр. б-ка ГПНТБ России. Режим доступа: URL: <http://library.gpntb.ru>. (Дата обращения – 04.12. 2013).

- учебные: содержат сведения научного или прикладного характера, изложенные в форме, удобной для изучения и преподавания, рассчитанные на учащихся, а также сведения об учебно-педагогической деятельности организации или конкретных лиц. В основном – web-сайты учебных заведений, а также отдельно выделенные учебные электронные издания;
- рекламные: содержат сведения об изделиях, услугах в аспекте их продвижения;
- научно-справочные: содержат сведения научного характера (публикации, главы из монографий и др.), сочетаются со справочными материалами (словарями, справочниками единиц измерений);
- научные производственно-практические: содержат сведения по разработке и внедрению технологий, техники и организации производства, рассчитанные на специалистов различной квалификации;
- научно-рекламные: содержит сведения о научной деятельности организации, результатах теоретических и экспериментальных исследований, публикаций научного характера в аспекте их продвижения;
- нормативные производственно-практические: содержат сведения нормативного или директивного характера, правила, требования технологии, техники и организации производства, рассчитанные на специалистов различной квалификации;
- справочные производственно-практические: содержат сведения по технологии, технике и организации производства сочетаются с материалами справочного характера;
- учебно-научные: содержат сведения об учебно-научной деятельности организации или конкретных лиц;
- рекламные производственно-практические (товары и услуги промышленного назначения);
- рекламно-массовые (товары и услуги массового спроса);
- рекламно-справочные: содержат сведения об организации, ее деятельности, публикации по данной тематике, справочная информация, о наличии рекламы продукции (услуг);
- научно-популярные: содержат сведения о теоретических и экспериментальных исследованиях, изложенных доступно пользователю-неспециалисту;
- досуговые.

Новейшей разработкой в данной области является классификация сайтов, предложенная О.П. Сотниковой¹. Автор выделила ряд критериев: по месту размещения, по доступности сервисов, по юридической принадлежности, по технологии создания и отображения, по типам макетов. Ввиду актуальности вопроса, приводим развернутую классификацию сайтов по ряду критериев.

По месту размещения сайты делятся на общедоступные и локальные. По доступности сервисов – на открытые, полуоткрытые и закрытые. По юридической принадлежности сайты могут быть персональные, коммерческих организаций и некоммерческих организаций. По технологии создания и отображения выделяются сайты статические, динамические и флеш-сайты. По типам макетов – фиксированной ширины, резиновый, динамично эластичный.

К числу критериев автор относит характер решаемых задач и тип предоставляемой информации и коммуникации. По первому критерию сайты делятся на простые и тематические. По второму – на информационные, коммуникационные, сайты электронной коммерции и сайты для продвижения. Как видно из приведенных данных, О.П. Сотникова учла в своей классификации наработки своих предшественников.

На основе представленных выше классификаций можно заключить, что электронные издания плохо поддаются классификации. Это связано с очень широким спектром всевозможных разновидностей электронных изданий, а также с несовершенством критериев, определяющих выделение видов электронных изданий. Поэтому многие исследователи представляют свои классификации и вводят дополнительные категории электронных изданий с учетом дополнительных признаков.

Все рассмотренные классификации не являются исчерпывающими, но представляют собой классификации, дополняющие друг друга. Это позволяет наиболее полно отразить видовое разнообразие электронных изданий и наметить точки дальнейшего изучения электронного книгоиздания.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое сайт?
2. Какие признаки характеризуют сайты?

¹ Сотникова, О.П. Интернет-издание от «а» до «я»: учебное пособие / О.П. Сотникова. – М.: Аспект-Пресс, 2014. – С. 32–33.

3. Какие сайты вы знаете?
4. Как классифицирует сайты С.В. Никандров??
5. Каковы критерии классификации сайтов О.П. Сотниковой?
6. Что такое информационный сайт?
7. Что такое промо-сайт?

XIII. Виды электронных изданий

13.1. Интернет-журнал

Интернет-журнал функционирует в глобальной коммуникационной сети интернет в виде информации, представленной в электронном виде и организованной в форму сайта. Существуют два вида периодических интернет-изданий:

- 1) интернет-версии – периодические, имеющие печатный аналог;
- 2) интернет-издания – оригинальные, не имеющие печатных аналогов.

Целевое назначение интернет-журнала – информирование, пропаганда, популяризация знаний, реклама.

Читательская аудитория в 2014 г. составила 67 млн человек в России, выходящих в интернет – это потенциальные потребители информации. Однако вступают в силу объективные факторы, ограничивающие вероятность обращения пользователей сети к сайту конкретного интернет-журнала. Ограничительными рамками является отсутствие компьютера или доступа к интернету, возрастные рамки, мировоззренческие мотивы.

По **типам** интернет-журналы бывают научные, научно-массовые и массовые, по **видам** – литературно-художественные, общественно-политические, научно-популярные, популярные и др.

Научный журнал в научном сообществе выполняет совершенно определённые функции:

1. Функция собственно коммуникации – информирование о проведённых исследованиях и полученных результатах.
2. Функция определения и закрепления приоритета публикации материалов научных исследований.
3. Функция оценки и экспертизы исследования – это рецензирование журнальных публикаций и ссылки на более ранние публикации, оформляемые в виде пристатейных или постраничных ссылок.

Особенности интернет-журналов заключаются в следующем:

- диалогичность;
- преобладание информационных материалов;
- событийное сообщение;
- речевая свобода словаупотребления;
- публицистичность.

Лексический состав языка интернет-журналов сложный, так как содержит множество заимствований, например, «трафик», «хост», «сабж», «апстрим», а также некодифицированную лексику (профессионализмы и профессиональные жаргонизмы) – «прошивка», «выкладывать», «скинуть», профессиональный жаргон – «шнурки», «клава», «винт», «силик», словообразования типа «интернет-сообщество», «интернет-пространство», «on-line издание», «веб-технологии». Кроме того используются аббревиатуры – HTML, USB, MP3. Поэтому в массовых интернет-журналах целесообразно давать глоссарий.

Создание интернет-журнала доступно частным лицам, что существенно отличает его от традиционных печатных журналов и накладывает отпечаток на его содержание и структуру. В интернет-журнале легко сочетаются в одном лице функции автора, редактора и издателя.

Специфика организации интернет-журнала обусловлена технологиями создания и способами существования: гипертекст, веб-технология, мультимедиа. Расширяются границы воздействия на читателя не только традиционными средствами – текстом и изображением, но и звуком, анимацией, всплывающими окнами. Отличительной чертой является широта охвата тем, так как не надо заботиться об оптимизации количества полос и экономии бумаги. Большим преимуществом являются экономические вопросы. Себестоимость интернет-журналов ниже, чем печатных изданий и канал распространения прямой без посредников.

Интерактивность размывает границы между отправителями и получателями информации, каждый из участников может поменяться ролями. Читатель может воздействовать на работу редактора и стать соавтором текста. Редактор учитывает отклики посетителей сайта интернет-журнала. Возрастает роль информационного обмена между читателями-посетителями сайта. Этой цели служат форумы, отзывы, рейтинги, выставленные баллы.

В интернет-журнале отсутствует строгая периодичность, актуальность информации детерминирует дискретность каждого выпуска. Публикация материалов осуществляется по мере поступления. Исчезает понятие выпуска, номера, появляется операция «обновление», которая может происходить ежедневно; часть информации обновляется реже – один раз в неделю, месяц.

Комбинация информации строится на принципах оптимальности и эргономичности, чтобы избежать быстрой утомляемости,

появляющейся при чтении с экрана. Целесообразным приемом считается разбивка текста на модули, с детализацией вторичной информации посредством гиперссылок.

Технология гиперссылок выполняет функции ссылки-указания, ссылки-сокращения, ссылки-дополнения, ссылки-мнения, ссылки-игры. Ссылки-указания – это гиперссылки, ведущие на адрес источника информации. Ссылка-сокращение позволяет вынести за рамки текста второстепенную информацию. Ссылки-дополнения указывают на информацию, поясняющую основной материал. Ссылка-мнение выражает отношение к сообщаемому фактическому материалу и не только автора, но других людей. Ссылка-игра призвана заинтриговать читателя, усилить его интерес к материалу. Однако следует избегать избыточности гипертекста, соблюдать разумный предел в привлечении второстепенных фактов.

Композиция сайта интернет-журнала предполагает размещение сначала наиболее важной информации, затем по мере убывания ее значимости. Ранжирование информационной ценности осуществляется редактором. В его задачи входит составление аннотаций и ярких заголовков.

Одним из видов журналов, функционирующих в сети интернет, материалы которого готовятся специально для этого вида изданий и обновляются на регулярной основе, является женский журнал.

Информационные интересы женской аудиторной группы обеспечиваются разнообразием тематики сетевых проектов, так или иначе связанных со многими сторонами жизни женщины в современном обществе. В сети неуклонно растет интерес к женским журналам, что продиктовано потребностью в межличностном общении, а главное, в реализации интеллектуальных запросов женщин, обусловленных функциями, которые женщина выполняет в доме, в быту, в семье.

В обзоре российской сетевой прессы для женщин¹ проанализированы такие издания, как «Натали», «Женские секреты», «Амазонка», «Подруга», «Невестушка», «Femina» и многие другие. В этих изданиях освещаются темы семейных отношений, знакомств, медицины, косметики, рукоделия, кулинарии и др. В настоящее время изучение сетевых электронных изданий для женщин, проведенное

¹ Колесникова, М. Обзор российской сетевой прессы для женщин // REGLA. – 2000. – 20 апреля (№ 8).

ученными МГУ им. М.В. Ломоносова¹, показало, что за последнее время тематическая компонента сместилась в сторону культуры, искусства, образования. Наряду с этим, появление новых интересов у женщин не снизило актуальности традиционных тем досуга и увлечений, семьи и воспитания, медицины и косметики.

Широта охватываемой тематики обусловлена тем, что спектр вопросов, которые затрагиваются в сетевых женских журналах, не зависит от политических взглядов, религиозных убеждений, профессионального статуса и иных, сугубо индивидуальных особенностей личности. Информационный ресурс сетевого журнала, с одной стороны, нацелен на заполнение досуга основной массы читателей-женщин, с другой стороны, направлен на удовлетворение их тематически своеобразных интересов.

Согласно современной классификации периодических печатных изданий², сетевые издания для женщин можно поделить на универсальные и специализированные. При этом специализация может быть не только тематическая, но и гендерная, и возрастная. Преобладающее положение в интернете занимают универсальные сетевые журналы. Однако, как отмечают исследователи³, в современном онлайновом пространстве часто универсальные сетевые журналы для женщин содержат дублирующую информацию, что делает эти издания во многом похожими друг на друга.

В последнее время возрастает спрос на универсальный тип журналов, пропагандирующих модный стиль жизни: «Fashion Time» «Lifestar» «Yo Fashion». На первый план выдвигаются темы, информирующие о моде, ее направлениях, современных трендах. Материалы посвящены вопросам косметологии, парфюмерии, модной одежды, и в них не затрагиваются темы домоводства, педагогики, кулинарии, что наполняло страницы женских журналов до недавнего времени.

Наряду с этим, существуют женские сетевые журналы, адресованные тем, кто тщательно следит за своим здоровьем, питанием, вопросами медицины, диетологии. В последние годы созданы и

¹ Реснянская, Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 4. – С. 3–4.

² Смеюха, В.В. Процессы идентификации и женская пресса: монография / В.В. Смеюха. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2012. – 318 с.

³ Смеюха, В.В. Женские сетевые журналы: теоретико-типологическая характеристика // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. Филология и искусствоведение. – 2011. – № 4. – С. 95–101.

успешно развиваются сетевые журналы, предназначенные верующим женщинам.

Популярность сетевых женских журналов неизменно возрастает, что обусловлено такими факторами, как разнообразие, доступность, занимательность, информативность. Все это дает женщине ощущение полноты интересов и вовлеченности в современный жизненный контекст.

Вопросы для самопроверки

1. Какие существуют типы интернет-журналов?
2. В чём особенности интернет-журналов?
3. Каково целевое назначение интернет-журналов?
4. Какие существуют разновидности гиперссылок?
5. В чём специфика женских интернет-журналов?

13.2. Самопубликация на рынке электронного книгоиздания

Развитие мирового книжного рынка, в том числе и в России, в нулевых годах XXI века пошло на спад по двум основным причинам: из-за гранившего в 2008-м году кризиса и из-за общей тенденции к «интернетизации» общества. По этой причине закрылось огромное количество небольших и независимых издательств. На плаву остались только крупные компании со стабильным положением на рынке. Однако, начиная с 2010 года ситуация начала изменяться. Именно в этом году американская компания Amazon ввела в пользование сервис, призванный поддержать рынок e-reader'ов Kindle — Kindle Direct Publishing. Суть этого сервиса заключалась в том, что он давал начинающим авторам возможность оформлять свои книги в электронном виде и выставлять их на продажу, получая при этом 70% доходов от реализации электронных копий. Так появилось новое явление в издательском деле — **самопубликация**. Изначально никто в традиционном книжном бизнесе не рассматривал KDP как угрозу, однако уже к середине 2014 года ситуация кардинально изменилась.

Выяснилось, что при существовании KDP, или аналогичных ресурсов, начинающий писатель может прожить на доходы от своих книг, не заключая контракта с издательством. Причем авторские доходы от самиздата в некоторых случаях очень и очень велики.

Так, например, Майкл Бункер – начинающий писатель-фантаст отказался от аванса за книгу в 5000 долларов от крупного издательства и обещания подписать контракт, потому что «заработал за прошлый день большую сумму». По словам Барри Эйслера, писателя популярных в США триллеров, такая авторская политика объясняется тем, что «издательства выплачивают роялти в размере 12,5% с цифровых продаж». Публикуясь самостоительно, – пишет автор, – «я получаю 70%. Издательства хотят получить права на твою книгу не на какой-либо приемлемый срок, а навсегда. Мне это не подходит». И, если раньше самиздат расценивался в издательской среде, как признак неудачи автора в попытках продать книгу издательству, то сегодня он является вполне легитимной формой заработка и продвижения книги на рынок.

В России с 2014 года также действует поддерживающий самиздат проект, являющийся альтернативой KDP – Ridero. Он позволяет бесплатно не только опубликовать книгу, но в целом принимает на себя все обязанности цифрового издательства: размещение более чем в 30 магазинах электронных книг, бесплатное создание макета электронной книги, создание pdf, бесплатную печать книг в мягкой и твёрдой обложках и т.д. Автор публикации получает 25% от конечной магазинной стоимости книги, а также номера ISBN и возможность продавать книги в «твёрдых» носителях. Этот проект существует на территории страны при поддержке Российской книжной палаты.

Нужно сказать, что перспективы развития рынка электронного книгоиздания представляются вполне реальными. В условиях, когда все процессы подготовки книги постепенно становятся бесплатными, ценность издательства, как инвестора, резко падает, а вот ценность издателя, как рекомендатора, по оценкам экспертов, в перспективе будет расти.

Самопубликация, как форма издания книг, актуальна не только для художественной литературы, но и для изданий, предназначенных для узкого круга читателей. Это позволяет предположить, что растущая тенденция самопубликации повлияет на будущее книжного рынка. В перспективе возможно появление микроиздательств, состоящих из одного редактора, которые будут работать вместе с автором. Традиционные же издательства сохранят свои позиции либо как крупные компании, которые будут работать исключительно с крупнотиражными бестселлерами, либо, как ма-

ленькие арт-издательства, работающие на премиум-рынке, выпускающие элитные издания.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое самопубликация в электронном и в печатном книгоиздании?
2. Кто первым ввел сервис для литературной самопубликации и почему?
3. Почему авторы считают, что публиковаться самостоятельно выгоднее, чем заключать контракт с издательством?
4. Какие сервисы и службы для самопубликации действуют в России?
5. Каковы перспективы самопубликации как формы издания книг?

13.3. Интерактивная книга и современный рынок электронной издательской продукции

Появление и распространение мобильных устройств перевернуло существующие процессы развития во многих отраслях, в том числе в издательской. Ситуация, при которой в руках большинства людей оказались устройства, позволяющие быстро получить доступ к любой информации, губительно сказалась не только на продаже бумажных книг, но и на чтении в принципе.

Задачей современного издательства является, на сегодняшний день, попытка добраться до своего потребителя в условиях информационного шума, постоянного изменения форматов предоставления данных и совершенствования возможностей устройств. Одним из решений этой задачи можно считать появление на книжном рынке **интерактивной книги**.

Как уже упоминалось выше, сегодня издательская отрасль переживает немало проблем. Первая – это уменьшение количества продаж бумажных книг, и, как следствие, сокращение тиражей. От традиционных книг люди с лёгкостью переходят к электронным, а последние можно свободно скачать бесплатно.

Стоит отметить, что законы, направленные на борьбу с пиратством, не дают практически никакого эффекта, и всё, что остаётся издателям электронных книг – привлекать читателей удобными сервисами и пытаться воспитывать в них культуру платы за книгу.

Когда речь заходит о медиапродуктах, на использование которых человек должен регулярно тратить время, следует понимать, что в условиях современного общества, каждый человек ежедневно имеет доступ к невероятному количеству информации, но его возможности потребления ограничены двадцатью четырьмя часами. Так что книге сегодня приходится бороться с прочими медиапродуктами за то время, которое может и хочет уделить ей читатель.

Согласно современной статистике люди уделяют чтению книги лишь 20 минут в день из тех семи часов, которые тратят на ознакомление с медиапродуктами в целом. На первый план выходят проверка электронной почты, посещение социальных сетей и игры. Несмотря на кажущуюся доступность книг, люди стали читать меньше.

Можно было бы сказать, что перспективы для отечественного и зарубежного книжного рынка открывает электронное книгоиздание, однако и здесь есть свои проблемы:

- легкая доступность нелегального распространения;
- иллюстрированные и обучающие издания не могут быть переведены в цифровой формат без потери качества;
- контент электронной книги ориентирован, в первую очередь, на использование ридеров, а не мобильных устройств, набирающих все большую популярность;
- психологическая ценность электронной книги для пользователя ниже, чем бумажной.

Ко всему прочему, сегодняшние форматы электронной книги не предназначены для взаимодействия со всеми возможностями мобильных устройств. Так, например, если лет десять назад сенсорный экран казался чудом, то современные устройства реагируют даже на изменение положения в пространстве (гиродатчик). Открываются широкие возможности для интеграции дополнительного контента, сбора аналитики по действиям пользователя, организации обратной связи, однако всё это остаётся невостребованным. Так что интерактивное издание можно назвать своего рода гибридной формой существования электронной книги на рынке.

Интерактивная книга – это мультимедийный продукт, включающий в себя текст, иллюстрации, интерактивные элементы, видео- и аудио-сопровождение. Стоит отметить, что пока большинство таких изданий – издания детской литературы детские, и мультимедиа используется в них в качестве дополнительных занимательных эле-

ментов. Например, издание по кулинарии *Martha Stewart Cookies* содержит не только рецепты, но и позволяет компоновать их с помощью интерактивных элементов. А в книгах *Bobo Explores Light* интерактивные элементы используются для объяснения достаточно сложных тем, таких как лазеры, телескопы и солнечный свет.

Поскольку интерактивная книга сочетает в себе несколько форматов данных, она имеет больше шансов привлечь и удержать внимание пользователя. Такая книга дает издателю возможность контактировать с аудиторией, так как на сегодняшний день существует множество сервисов, анализирующих активность пользователей в мобильных приложениях, а значит, появляется возможность статистического учета. Это означает, что издатель может оценить, какие действия читатель осуществляет внутри издания, и какие элементы интерактивного издания пользуются популярностью. Проще становится и обратная связь с читателями – интерактивные издания позволяют провести опрос напрямую внутри мобильного приложения.

Интерактивное издание по форме представления сильно отличается от своего печатного аналога, так что может привлечь ту часть читательской аудитории, которая по каким-либо причинам не хочет или не может пользоваться традиционными формами книги, или их электронными версиями. Например, многие сегодня не имеют желания посещать книжные магазины, или же не хотят загромождать квартиру печатными изданиями. Электронные же формы не привлекательны для тех, кого интересует специфический контент, подобный видео и аудио – содержанию интерактивной книги.

На сегодняшний день многие издательства, стремясь обеспечить стабильный сбыт своей продукции, выпускают одновременно печатную и интерактивную версию книги. Такая политика благотворно сказывается на продажах. На Западе этим способом издатели подстегивают продажу печатной продукции, объединяя обе формы книги в так называемые «кейсы», т.е. комплекты. Как можно догадаться, производство интерактивной книги существенно дешевле, чем производство традиционной, поэтому за счет выпуска такой продукции издательство нередко покрывает расходы на не разошедшийся тираж печатного аналога.

Существует несколько проблем, связанных с производством и распространением интерактивных книг. Особенно это касается российского рынка, поскольку читатель мало знаком с такой формой

издания, или же знаком с образцами самиздата невысокими по качеству. Следовательно, и тратить средства на приобретение такого товара он не желает. Не стоит забывать также и о высоком уровне пиратства, эффективно бороться с которым на отечественном рынке электронных изданий пока не представляется возможным.

Если вопрос с пиратством может быть эффективно решён только на государственном уровне, то снижения стоимости разработки и ускорения процесса создания возможно достичь за счёт разработки и выпуска новых решений и платформ для создания мультимедийных цифровых изданий. На данный момент существует ряд решений, адаптированных, по большей части, под периодические издания. Однако при работе с ними невозможно создание книги большого объёма, кроме того, существует ряд ограничений на создание интерактивных элементов. Попросту говоря, возможности существующих решений существенно ограничены, а ценовая политика не позволяет фактически снизить стоимость разработки, поэтому большинство издателей предпочитает обращаться к компаниям-разработчикам или издателям приложений.

Что же касается общего положения электронной и интерактивной книги на российском рынке, этот вопрос может рассматриваться двояко. Согласно данным исследовательской компании TNS, общее медиапотребление российских граждан в возрасте от 16 лет и старше сегодня составляет около 8,5 часов в сутки. При этом в структуре медиапотребления российского гражданина за последние пять лет выросла доля телевидения, радио и особенно интернета.

По результатам исследования и прогнозирования рынка цифрового контента в России и мире в 2010-2016 гг., проведенного компанией J'son & Partners Consulting, в 2012 г. объём рынка цифрового контента в мире оценивался в 58 млрд долл., а в 2013 г. – почти 72 млрд долл. К 2016 г. ожидается увеличение объёма рынка цифрового контента до 109 млрд долл.

Крупнейшим на мировой арене является рынок США – 38%. На втором месте – Южная Корея (15%). Третье и четвёртое место занимают соответственно Япония (11%) и Великобритания (7%). Россия (2%) занимает в данном рейтинге пятое место. Основным каналом доставки цифрового контента до потребителя сегодня являются контентные площадки в сети интернет. Они представляют собой магазины музыки, сайты доступа к платному видео, игровые контентные площадки и др.

В России рынок цифрового контента в 2012 г. составил, по данным компании J'son & Partners Consulting, 1,4 млрд долл. США, а к концу 2016 г. ожидается увеличение его объёма до 2,5 млрд долл. США. Продажи цифрового контента через мобильные терминалы, включая смартфоны, планшеты и др., составляют около 30%.

При этом одним из наиболее перспективных сегментов рынка видятся электронные книги. По прогнозам экспертов J'son & Partners Consulting, российский рынок электронных книг к 2016 г. увеличится до 19 млн долл. Мобильные книги также набирают обороты в связи с ростом рынка продажи мобильных устройств, в том числе и специализированных. В течение последних шести лет рынок электронных книг в России динамично растёт. По оценкам компании «ЛитРес», объём легального рынка электронных книг в России в сегменте B2C в 2013 г. составил порядка 500 млн руб.

По состоянию на 2013 г., инфраструктура российского рынка (B2C) электронных книжных продуктов включает одного крупного агрегатора прав («ЛитРес»), не менее шести ведущих ритейлеров электронных книг – («ЛитРес», «АйМобилко», Google Play, OZON.ru, Obreey Store, Bookmate), несколько дистрибуторов, работающих по партнерской программе с «ЛитРес» («Связной», ТДК «Москва», «Ростелеком» и пр.), одну «закрытую» экосистему для смартфонов и планшетников (Apple/iTunes). Определенную независимость от монополии ведущего агрегатора прав на российском потребительском рынке цифровой дистрибуции сохраняет лишь «АйМобилко» и OZON.ru. По состоянию на 2013 г., в России не были развиты интегрированные с букридерами закрытые «экосистемы» (исключая российские сервисы Apple/iTunes), во многом способствующие развитию рынка электронных книг на Западе.

В ближайшем будущем на российском рынке электронных книг появится ещё одна крупная компания: интернет-ритейлер Amazon. В процессе выхода на российский рынок Amazon уже начинает заключать контракты с российскими издательствами, которые станут поставщиками контента для национального магазина. Пока Amazon в России планирует торговать только цифровым контентом. Первым информацию о заключении договора с Amazon официально подтвердило одно из крупнейших в стране издательств детской литературы «Росмэн». Сейчас электронные издания «Росмэна» продаются более чем на 20 площадках в интернете, а самый большой ассортимент электронных книг изда-

тельства представлен в таких крупных магазинах, как «ЛитРес», Google Play и iTunes. По сведениям участников книжного рынка, компания Amazon ведет переговоры о сотрудничестве и с другими российскими издателями, но информацию об этом они пока не спешат обнародовать и комментировать.

Лидером потребительского рынка цифровой дистрибуции в России является компания «ЛитРес» (базовый инвестор – «Эксмо»). По данным этой компании, в 2013 г. ей принадлежало 55-58% российского рынка цифровой дистрибуции (B2C).

Каталог электронных книг «ЛитРес» насчитывает 400 000 названий, в том числе 22,5% (90 000) русскоязычных, а также 4500 названий аудиокниг. Базовые партнеры компании – издательства «Эксмо», «АСТ», «Центрполиграф», «РИПОЛ классик», «МИФ», «Азбука - Аттикус», «Альфа - книга».

В исследовании «Электронная книга в глобальном измерении» («Global eBook. A report on market trends and developments») международный эксперт Рюдигер Вишнебарт обращает внимание на следующие ключевые тенденции развития мирового рынка электронных книг:

1. Электронные книги стали наиболее мощным драйвером роста на издательских рынках во всём мире. При этом местные игроки всё чаще сталкиваются с непреодолимой конкуренцией со стороны нескольких глобальных игроков, прежде всего Amazon и Apple.
2. На двух крупнейших рынках электронных книг в США и Великобритании рост замедлился. Однако в континентальной Европе читатели всё больше обращаются к электронным книгам, прежде всего – к художественной литературе. Рост электронного книгоиздания поддерживается усиливающимся проникновением устройств для чтения электронных книг, при этом многофункциональные планшетные компьютеры берут верх над специализированными ридерами, а жесткий DRM в некоторых странах (напр., в Швеции и Италии) уже не является наилучшим выбором для большинства издателей.
3. Почти во всех развитых странах развитие электронного книгоиздания и книгораспространения сопровождается политическими дебатами и усилиями по законодательному регулированию этой сферы бизнеса.

Как любое новое направление деятельности, электронное книгоиздание переживает период становления, что характеризуется неустойчивостью показателей и отсутствием стабильных взаимосвязей внутри отрасли.

Электронные издания подразделяются на несколько форм (способов) представления информации:

- электронные издания на съемных (оптических) носителях;
- электронные издания в виде файлов для использования на «устройствах для чтения» (e-book);
- сетевые информационные ресурсы;
- комбинированные (диск/сеть) издания.

Серьезную проблему развития рынка электронного книгоиздания представляет отсутствие сводной информации о выпускаемой продукции. Информация об электронных изданиях не носит систематического характера. Основные **источники сведений** – каталоги издательств, рекламные материалы, каталоги библиотек – содержат разнородную, трудно сравнимую информацию, не отражающую свойства электронных изданий.

Одна из важнейших проблем рынка – пиратские издания. Мониторинг электронных изданий показывает, что пиратские издания составляют около 80% продукции, представленной на разнотипных лотках. Хотя точных данных о масштабах выпуска пиратских изданий на сегодняшний день нет, эксперты считают, что эта цифра приблизительно адекватна проценту видеопиратства.

Развитие бизнеса, который опирается на цифровой контент, осуществимо, если и производитель (поставщик), и потребитель получают реальную выгоду. Пока реализационные схемы отличаются неупорядоченностью, о прибыльности данного бизнеса для производителя говорить не приходится. Большинство издателей или авторов (правообладателей) расценивают сегодня электронное книгоиздание скорее в качестве рекламной поддержки основного бизнеса по выпуску традиционных книг на бумажном носителе.

Деятельность «электронных библиотек» в подавляющем большинстве случаев осуществляется без получения какого-либо согласия от правообладателей. Лишь в единичных случаях они действуют в соответствии с требованиями части IV Гражданского кодекса Российской Федерации – на основании договоров с правообладателями. Так действует, в частности, электронная библиотечная система «**КнигаФонд**», заключившая к настоящему времени дого-

воры с 73 издательствами и предоставляющая доступ к более чем 17 000 учебных и иных изданий с ежемесячным пополнением доступных для использования фондов на полторы – две тысячи единиц контента.

Таким образом, перспективы рынка электронных книг зависят от достижения прозрачности для правообладателей реализационных схем, от возможности для потребителя не только пользоваться ценовым выигрышем, но и получать качественный полноценный продукт.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое интерактивная электронная книга?
2. Каковы предпосылки появления интерактивных изданий?
3. Достоинства и недостатки интерактивных изданий.
4. Основные проблемы на рынке электронного книгоиздания.
5. Перспективы развития рынка электронных книг в России.

Заключение

Современные потребности в информационном обеспечении диктуют необходимость изучения вопросов, обеспечивающих современное понимание процессов экономического и духовного развития общества средствами издательского дела. Повышение коммуникационной культуры достигается путем внедрения новых моделей информационного взаимодействия. В результате изучения дисциплины «Печатные и электронные средства информации» обучающийся овладевает знанием теории печатных и электронных средств информации, их типологии, основных этапов развития; специфики и инновационных особенностей различных видов печатных и электронных изданий. Достигается цель изучения дисциплины – формирование объективного представления о типологическом анализе, о методах разработки и обоснования репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных изданий.

В качестве объекта изучения выступает издание, подготовленное и выпущенное как в печатном, так и в электронном виде. В данном курсе рассмотрены вопросы создания, производства и распространения информации, процесса ее воспроизведения. В достаточной степени изложены вопросы архитектоники, типографики изданий, значения текстовой и изобразительной информации. Изложенный в учебном пособии материал базируется на методах книговедческого изучения произведений печати и методов информатики в изучении электронных средств информации. Неотъемлемой частью изучения дисциплины «Печатные и электронные средства информации» является овладение терминологией, на которой базируется современное издательское дело.

Тенденция падения тиражей, наблюдаемая в течение нескольких последних лет, активизирует внимание издательского сообщества на сегменте электронных изданий. Развитию инновационных технологий в области издательского дела способствует формирование законодательных основ в области интеллектуального права, монетизация цифрового контента, а также создание новых моделей информационно-библиографического обеспечения. Перспективы развития электронного книгоиздания нашли отражение в учебном пособии в разделе, посвященном электронным средствам информации, типологии, составу, аппарату электронных изданий.

Динамично развивающее информационное поле печатными и электронными средствами информации демонстрирует вступление информационного общества в новую фазу развития. Это диктует необходимость пристального интереса к вопросам современного состояния печатных и электронных средств информации.

Учебное пособие «Печатные и электронные средства информации» формирует базовые представления о современной системе средств информации, перспективах её развития и может послужить основой для выполнения контрольных, курсовых работ, практических и тестовых заданий.

Библиографический список

1. *Акопов А.И.* Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных изданий) / А.И. Акопов. – Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985.
2. *Акопов А.И.* Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 17-25.
3. *Аллаярова В.С.* Научная популяризация и социалистическая культура / В.С. Аллаярова, Л.Н. Коган. – М., 1979.
4. *Анастасян С.* Что ждет нас в сфере книжных инноваций? // Книжная индустрия. – 2014. – № 8 (120). – С. 66-67.
5. *Антоничева М.* Роман с зомби // Журнальный зал: русский толстый журнал как эстетический феномен. Опубликовано в журнале . URL: <http://magazines.russ.ru/znamia/2012/1/a20.html> (Дата обращения: 26.10.14).
6. *Антонова С.Г.* Редакторская подготовка изданий: учебник для вузов / под ред. С.Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004.
7. *Антонова С.Г., Тюрина Л.Г.* Современная учебная книга: учеб. пособие. – М., 2009.
8. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. – М., 1966. – С. 365.
9. *Беловицкая А.А.* Общие принципы типологии книжных изданий // Книговедение. Общее книговедение: учебник / А.А. Беловицкая. – М.: МГУП, 2008. – 252-277.
10. *Беловицкая А.А.* Типологические признаки серийного издания художественной литературы // Книга. Исследования и материалы. – 1970. – Сб. 21. – С. 26-42.
11. *Беловицкая А.А.* Типология книги в связи с общеметодологическими проблемами книговедения // Книговедение и его задачи в свете актуальных проблем советского книжного дела: Вторая Всесоюз. науч. конф. по проблемам книговедения: секция типологии книги: тезисы докл. – М., 1974. – С. 60-63.
12. *Борисова С.Г., Бирюков, В.А.* Трансформация медиаиндустрии в условиях информационно-сетевой экономики // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2014. – № 4. – С. 122-129.
13. *Бочаров А.Г.* Типология журналов переходного периода // Типология периодической печати: учеб. пособие / под ред. Я.Н. Засурского – М., 1995.

14. *Бутусов О.М.* Печатные средства массовой информации: анализ текущей ситуации и перспективы развития // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2014. – № 4. – С. 141-147.
15. *Бухштаб Б.Я.* Проблемы типологии литературно-художественных изданий // Книга. Исследования и материалы. – 1976. – Сб.32.– С. 5-35.
16. *Винер Н.* Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / Пер. с англ. И.В. Соловьева и Г.Н. Поварова; Под ред. Г.Н. Поварова. – М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983.
17. *Вуль В.А.* Электронные издания: учебник / В.А. Вуль. – СПб.: БХВ – Петербург, 2001. – С. 22.
18. *Герчук Ю.Я.* Художественная структура книги: учеб. пособие / Ю.Я. Герчук. – М. : РИП-холдинг, 2014.
19. *Гессен А.И.* Архитектура книги / А.И. Гессен. – М.: Л., 1931. – С. 3.
20. *Кучма В.Р.* Гигиена детей и подростков. Руководство к практическим занятиям: учебное пособие / под ред. В.Р. Кучмы. – 2010.
21. ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения // Основные стандарты для современного книгоиздательского дела. – М.: Изд-во «Бук Чембэр Интернэшнл», 2008. – С. 240.
22. ГОСТ Р 7.083-2013. Национальный стандарт РФ. СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. – М., 2013.
23. *Гольцева Э.В., Александрова А.А.* Типология справочных изданий // Книга. Исследования и материалы. – 1979. – Сб. 38. – С. 18-36.
24. *Горький М.* Собр. соч. – Т. 27. – М., 1953. – С. 108.
25. *Гречихин А.А.* Библиотипология как научное направление: особенности становления и развития в российском книгоиздании: монография / А.А. Гречихин. – М.: Изд-во МГУП, 2004.
26. *Гречихин А.А.* Информационные издания. Типология и основные особенности подготовки / А.А. Гречихин, И.Г. Здоров. – М.: Книга, 1988. – С.14.

27. Гречихин А.А. Принципы системности в книговедении // Научная книга. – 2001. – № 2. – С. 12.
28. Гречихин А.А. Проблемы критерия в современной типологии книги // Книга. Исследования и материалы. – 1987. – Сб. 54. – С. 55.
29. Гречихин А.А. Современные проблемы типологии книги / А.А. Гречихин. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1989. – С. 141.
30. Гречихин А.А. Типологическое моделирование как метод книговедения // Современные проблемы книговедения, книжной торговли и пропаганды книги: межвед. сб. научных трудов. – Вып. 10. – М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1995. – С. 5-35.
31. Давыдов И. Масс-медиа российского интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации // Русский журнал. – 2000. – 28 сентября.
32. Ельников М.П. Нормативная литература (Типология и классификация изданий) // Книга. Исследования и материалы. 1985. – Сб. 51. – С. 12-28.
33. Жарков И.А. Технология редакционно-издательского дела: конспект лекций / И.А. Жарков. – М.: изд-во МГУП, 2002. – 251 с.
34. Западов А.В. Тип издания как научная проблема и практическое понятие / А.В. Западов, Е.П. Соколова // Вестник Московского университета. – 1976. – № 2. – С. 56-59.
35. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова. – М.: Аспект Пресс, 2003.
36. Зберский Т. Семиотика книги / Т. Зберский, М. Червinskyj / Пер. с польск. Т.Я. Казавчинской. – М.: Книга, 1981. – С. 72.
37. Зимина Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2012. – № 2. – С. 170–179.
38. Иваницкий В.Ю. О популяризации современных достижений науки и техники // Книга. Исследования и материалы. – 1966. – Сб. 12. – С. 63-76.

39. *Иваницкий В.Ю.* Типология изданий как средства массовой коммуникации // Книга. Исследования и материалы. – 1994. – Сб. 68.– С. 58.
40. Издательское дело в 2010 году – точки перелома. URL: <http://www.mysl.su> (Дата обращения 03.03.2014).
41. ISTC - новый подход к идентификации, учету и контролю за электронным контентом // Университетская книга. – 2011, январь-февраль. – С. 71-73.
42. *Карайченцева С.А.* Книговедение. Литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству: учебник для вузов / С.А. Карайченцева. – М.: МГУП, 2004. – 423 с.
43. *Кастрюлина Л.Н.* Проблема типологии литературы и ее значение для теории и практики редактирования // Книга. Исследования и материалы. – 1973. – Сб. 26. – С. 33-48.
44. *Кашкина М.Г.* Современная медиакультура в информационном социуме // Аналитика культурологии. – 2010. – № 18. – С. 3.
45. *Кожевников Г.В.* Типология литературно-художественных изданий: конспект лекций. – М. : Изд-во МПИ, 1985. – 136 с.
46. *Козлова Е.И.* Направления развития российского рынка электронного книгоиздания // Книга. Исследования и материалы. – 2007. – Сб. 87. – Ч.2. – С. 64-65.
47. *Козлова М.М.* Редакторская подготовка литературно-художественных изданий: учебное пособие. – Ульяновск: Изд-во УлГТУ, 2000. – 52 с.
48. *Колесникова М.* Обзор российской сетевой прессы для женщин // REGLA. – 2000. – 20 апреля (№ 8).
49. Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий: учебное пособие / под ред. С.М. Болховитиновой. – М.: МГУП, 2000. – 166 с.
50. *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004.
51. *Костыгова Ю.* Сетевые СМИ: занимательная типология [Электронный ресурс] // Мир Internet: журнал. – 2002. – № 4. – URL: <http://www.iworld.ru>. (Дата обращения: 16.06.2014).
52. *Куприянова Т.Г.* Инфографика и ее роль в формировании информационно-коммуникативной культуры // Актуальные направления повышения качества образования в области полиграфии и книжного дела: электронное обучение и сете-

- ые формы реализации образовательных программ: Межвузовская научно-методическая конференция МГУП: сб. тезисов. – М. МГУП, 2013. – С. 16-18.
53. *Лавров Н.П.* Основные понятия книговедения и типология печатных изданий: учеб. пособие / Н.П. Лавров. – М., 1978.
 54. *Лавров Н.П.* Издания художественной, детской литературы, по искусству, филологии / Н.П. Лавров. – М., 1979.
 55. *Лавров, Н.П.* Редакционно-текстологическая подготовка сбораний сочинений советских классиков // Книга. Исследования и материалы. – 1965. – Сб.11. – С. 76-104.
 56. *Лизунова И.В.* Книга и медиапространство: конкуренция или конвергенция // Книжная культура. Опыт прошлого и проблемы современности. – Т.1. Ч.1. Культурно-историческое пространство и книжная культура. – М.: Наука, 2012. – С. 242-246.
 57. *Лотман Ю.М.* Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство. – СПб., 1998.
 58. *Макарова Н.Н.* Коммуникативно-игровая методика развития речи младших школьников на основе мультимедийных материалов: автореф... канд. пед. н. Н.Н. Макарова. – М., 2008.
 59. *Маслов Ю.С.* Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 1998. – С. 11.
 60. *Моргенштерн И.Г.* Динамика и статика книги (Стабильность содержания как атрибут книги) // Книга. Исследования и материалы. – 2002. – Сб. 80. – С. 147-160.
 61. *Моргенштерн И.Г.* Проблемы типологии современной книги // Книга. Исследования и материалы. – 1975. – Сб. 30. – С. 38-54.
 62. *Морриш Дж.* Издание журнала: от идеи до воплощения. – М.: Университетская книга, 2009.
 63. *Никандров С.В.* Научно-техническая информация в русскоязычной части Интернета: цели, методика и результаты изучения / Науч. электр. б-ка ГПНТБ России. Режим доступа: URL: <http://library.gpntb.ru>. (Дата обращения: 04.12.2013).
 64. *Омилянчук С.П.* Определение понятия «информация» // Современные проблемы книговедения, книжной торговли и

- пропаганды книги: межвед. сб. научн. трудов. – Вып. 7. – М. Изд-во МПИ, 1990. – С. 48-68.
65. *Омилянчук С.П.* Проблемы типологии собраний сочинений // Книга. Исследования и материалы. –1969. – Сб. 18. – С. 20-43.
66. *Омилянчук С.П.* Текстология / С.П. Омилянчук. – М.: МГУП, 2006.
67. Основные стандарты для современного книгоиздательского дела /сост. А.А. Джиго, С.Ю. Калинин, Г.П. Калинина, К.М. Сухоруков. – М.: Изд-во «Бук Чэмбер Интернэшнл», 2008.
68. *Парафонова В.А.* Типология научно-популярных журналов. – М.: [б.и.], 2008.
69. *Парафонова В.А.* Современные научно-популярные журналы России (1992-2007 гг.). – М.: [б.и.], 2008.
70. *Прохоров Е.И.* Текстология (Принципы изданий классической литературы) / Е.И. Прохоров. – М. : Высшая школа, 1966.
71. *Реснянская Л.Л.* Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 4. – С. 3-4.
72. *Романов О.В.* Онтологические и гносеологические проблемы философии Интернета (Генезис и синтез фундаментальных идей): дис... канд. филос. наук / О.В. Романов. – Иваново, 2003. – С. 9.
73. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М.: ФАПМК, 2014.
74. *Рябинина Н.З.* Проблемы типологии научно-популярной литературы // Книга. Исследования и материалы. – 1984. – Сб. 48. – С. 40-53.
75. *Сафина А.Р.* Типология и история развития современных российских интернет-СМИ // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 3 (70). – С. 156-161.
76. Словарь издательских терминов / сост. Ф.С. Сонкина, А.К. Бадигин, Н.И. Волкова, В.П. Смирнова; под общ. Ред. А.Э. Мильчина. – М.: Книга, 1983. – С. 127.
77. *Смеюха В.В.* Женские сетевые журналы: теоретико-типологическая характеристика // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. Филология и искусствоведение. – 2011. – № 4. – С. 95-101.

78. Смеюха В.В. Процессы идентификации и женская пресса: монография / В.В. Смеюха. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2012. – 318 с.
79. Смирнова В.П. О понятии «типология изданий» // Книга. Исследования и материалы. – 1990. – Сб. 60. – С. 46-52.
80. Соловьев, В.И. Редакторская подготовка периодических изданий: учебное пособие / В.И. Соловьев, Н.З. Рябинина. – М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1993.
81. Сотникова О.П. Веб-редактирование: содержание и формы деятельности редактора: автореф... канд. филол. наук / О.П. Сотникова. – М.: Аспект Пресс, 2014.– С. 14.
82. Стексова Т.И. К проблеме типологической нерасчлененности научных изданий // Библиосфера. – 2012. – Спецвыпуск. – С. 94-98.
83. Степанов В.Г. Редакционная подготовка изданий переводной литературы [Электронный ресурс] // Институт открытого образования МГУП, 2013.
84. Тараканова О.Л., Служебная библиотека букинистического магазина. Ч. 1. / О.Л. Тараканова, А.В. Семенова. – М.: Логос. – 2010. – 248 с.
85. Типология изданий / НПО «Всесоюз. кн. палата», НИИ кн.; [Подгот. В.С. Агриколянский и др.]. – М. : Кн. палата, 1990. – 230,[1] с.
86. Тулупов В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий / Коммуникации. №8URL:<http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1970&level1=main&level2=articles>. (Дата обращения 05.06. 2007).
87. Тяпкин Б.Г. Аппарат произведений печати / Б.Г. Тяпкин. – М.: Книга, 1977.
88. Тяпкин Б.Г. Вопросы типологии в современном книговедении. Обзор литературы. 1962-1972 / Б.Г. Тяпкин. – М., 1974.
89. Уланова М.А. Интернет-журнал. Типология, принципы создания, методика редактирования: автореф ... канд. филол. н. / М.А. Уланова. – М.: МГУП, 2005. – 24 с.
90. Ухтомский А.А. Доминанта / А.А. Ухтомский. – СПб.: Питер, 2002. – С. 347.
91. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании / Патрик Форсайт; [пер. с англ. Ю.В. Суровикова]. – М.: Университетская книга, 2008. – 221 с.

92. Хавкина Л.Б. Эластичные таблицы авторских знаков для кириллицы и латиницы. – 7-е изд., испр. – М.: Либерея, 1993.
93. Хатиашвили Г.А. Журнал как бренд: маркетинговые, типологические и редакционные характеристики (на примере журнала «Сноб»). – М.: Изд-во МГУ, 2010.
94. Швецова-Водка Г.Н. Общая теория документа и книги: учеб. пособие / Г.Н. Швецова-Водка. – М.: Рыбари ; К.: Знания, 2009. – С. 295.
95. Швецова-Водка Г.Н. Типология книги //Книга. Исследования и материалы. – 1983. – Сб. 46. – С. 40-60.
96. Шкондин М.В. Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.
97. Якимович Ю.К. Типология словарных изданий // Книга. Исследования и материалы. – 1972. – Сб. 25. – С. 22-30.
98. Яковенко И.А. Рынок научно-популярных журналов: аналитический обзор [Электронный ресурс] / URL: <http://pressaudit.ru/rynek-nauchno-populyarnyx-zhurnaloy-analiticheskij-obzor>
99. Ямпольская Р.М. Женская пресса: ее типологические особенности // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 1995. – № 1. – С. 15-25.
100. Яновский М.Ф. О книге. Опыт анализа понятия «книга» / предисл. С.И. Маслова / М.Ф. Яновский. - Киев: Изд-во «Культура», 1929. – С. 101.

Содержание

Введение	3
I. Материально-конструктивная форма книги	5
1.1. Элементы формы печатного издания	5
1.2. Интернет и электронные средства информации	11
1.3. Состав электронных изданий	18
II. Виды информации	22
2.1. Текстовая информация	22
2.2. Изобразительная информация	27
2.3. Аудиовизуальная информация	32
III. Основные элементы издания	34
3.1. Понятие «текст»	34
3.2. Нетекстовые элементы издания	35
3.3. Внетекстовое пространство издания	38
IV. Корпус элементов аппарата издания	43
4.1. Аппарат печатного издания	43
4.2. Аппарат электронного издания	55
V. Типология печатных изданий	58
5.1. Понятие типологии изданий	58
5.2. Понятие типа и вида печатных изданий	64
5.3. Способы типологического познания книги	71
VI. Типология литературно-художественных и учебных изданий	79
6.1. Вопросы типологии в трудах ученых	79
6.2. Виды и типы литературно-художественных изданий ...	84
6.3. Виды учебных изданий	93
VII. Типология естественнонаучной и технической книги (ЕНТК)	98
VIII. Информационные и другие виды изданий	103
IX. Специфически оформленные и уникальные издания	106
X. Факсимильные и библиофильские издания	112
XI. Типология периодических изданий	116
XII. Типология электронных изданий	122
12.1. Классификационные признаки электронных изданий	122
12.2. Классификация web-сайтов	134

XIII. Виды электронных изданий	140
13.1. Интернет-журнал	140
13.2. Самопубликация на рынке электронного книгоиздания	144
13.3. Интерактивная книга и современный рынок электронной издательской продукции	146
Заключение	154
Библиографический список	156

Учебное издание

Григорий Викторович **Кожевников**,
Татьяна Геориевна **Куприянова**,
Анастасия Евгеньевна **Ковальчук**

Печатные и электронные средства информации

Учебное пособие

по дисциплине «Печатные и электронные средства информации»
для бакалавров по направлению подготовки
«Издательское дело»

Печатается в авторской редакции.

Технический редактор - К.А. Антонов
Компьютерная верстка - О.В. Нефагина

Подписано в печать 11.01.16. Формат 60×84 $\frac{1}{16}$.
Бумага офисная. Гарнитура *Century Schoolbook*.
Печ. лист 10. Тираж 40 экз. Заказ № 2.

Московский государственный гуманитарно-экономический
университет (МГГЭУ)
107150, Москва, ул. Лосиноостровская, д. 49.
Отпечатано в типографии МГГЭУ по технологии СтР.

