Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 16.09.2025 15:39:29
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

 Е.Л. Хохлогорская/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИЗДАТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ

Направление подготовки/специальность **42.04.3 Издательское дело**

Профиль **Современный издательский процесс: инновационные практики**

Квалификация **магистр**

Формы обучения **Очно-заочная**

Москва - 2025

Разработчик(и):

Д.филол. н., профессор  / Л.В. Зимина /

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Издательское дело и книговедение», Доцент, канд. филол. н.  / И.Л. Шурыгина/

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 6
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 6
3.2 Т ематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 9
3.4 Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий 17
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 17
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 17
4.2 Основная литература 18
4.3 Дополнительная литература 18
4.4 Научная и отраслевая периодика 21
4.5 .....
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 21
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные Системы 21
5 Материально-техническое обеспечение 22
6 Методические рекомендации 22
6.1 Методические рекомендации (для преподавателя) 22
6.2 Методические указания (для обучающихся) 22

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения дисциплины «Издательские стратегии» являются:

- концептуализация доминирующих издательских стратегий;
- формирование основ теоретического знания, характеризующих современные издательские стратегии в традиционном книгоиздании и новаторские издательские стратегии в электронной среде;
- углубление представлений о современном редакционно-издательском процессе, принципах редакторской подготовки изданий;
- знакомство с новыми направлениями в редактировании (креативное и коллаборативное редактирование, веб-редактирование и пр.);
- формирование системных представлений о современном состоянии и тенденциях развития издательского дела (традиционного и электронного);
- знакомство с новыми социокультурными и сетевыми механизмами продвижения издательской продукции/книг.

Задачами освоения дисциплины являются:

- владение навыками организации и проведения научно-прикладных исследований отечественного и зарубежного рынков традиционных (печатных) и электронных изданий;
- знание различных механизмов формирования репертуара изданий, особенностей и задач его реализации в программах издательств;
- обучение методам разработки концепции, модели и издательского проекта и их реализации в реальных условиях редакционно-издательского процесса;
- формирование навыков профессиональной оценки качества литературного труда и редакционной подготовки печатных и электронных изданий;
- владение рекламно-маркетинговыми приемами продвижения издательств и издательских проектов в социальных медиа.
- владение навыками внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность.

Обучение по дисциплине «Издательские стратегии» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества. ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов. ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социальнопсихологического климата в

	предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды.
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп. ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций .
ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	ИПК - 2.1 Анализирует проекты, предлагаемые авторами, и принимает решения о создании медиапродукта или о его отклонении ИПК - 2.2 Выявляет общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос ИПК - 2.3 Контролирует качество выполнения и временные затраты на редакционноиздательскую подготовку медиапродукта

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Издательские стратегии» является составным элементом профессионального цикла магистерской программы. Дисциплина изучается студентами во втором семестре первого курса для получения квалификации (степени) магистр.

Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, полученными при изучении курсов «Инновационные технологии в издательском деле», «Маркетинг-менеджмент в издательском деле», «Управление издательскими проектами», «Современный издательский процесс».

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(е) единиц(ы) (144 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры
1	Аудиторные занятия	24	1
	В том числе:		1
1.1	Лекции	14	1
1.2	Семинарские / практические занятия	14	1
1.3	Лабораторные занятия		1
2	Самостоятельная работа	116	1
3	Промежуточная аттестация		1
	Зачет		зачет
	Итого:	144	

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы / темы дисциплины	Трудоемкость, час				
		Всего	Аудиторная работа			СРС
			Лекции	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	
	Тема 1. Введение в дисциплину. Общая характеристика курса, его цели и задачи, рекомендуемая литература.		1	1		8
	Тема 2. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий.		1	1		10
	Тема 3. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация		1	1		12

	Тема 4. Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Принципы объединения книг в серии. Серийное оформление. Серия как издательский бренд. Основные задачи серии, которые учитывает редактор при ее проектировании.		1	1		10
	Тема 5. Культура издания: Основные элементы аппарата издания и методика редакторской подготовки. Типология изданий (общая характеристика). Типы и виды литературно-художественных изданий. Аппарат издания. Вспомогательные указатели, их основные виды; методика редактирования. Издательская интерпретация произведений.		1	1		10
	Тема 6. Комментарии как элемент аппарата издания. Методологические аспекты комментирования. Основные виды комментариев (текстологический, историко-литературный, реальный, лингвистический). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике.		1	1		8
	Тема 7. Академические стратегии. Академическое книгоиздание: история и традиции эдиционной подготовки классического наследия. Теоретические основы электронной архивации классического наследия. Научная коллаборация в цифровой среде. Цифровые архивы культурного наследия.		1	1		8
	Тема 8. Проективные технологии в издательском деле (часть I). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские технологии озаглавливания книг.		1	1		8
	Тема 9. Проективные технологии в издательском деле (часть II). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Способы «конструирования «автора». Псевдоним как литературный и издательский феномен.		1	1		6
	Тема 10. Проективные технологии в издательском деле (часть III). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские технологии: способы литературной обработки текста и продвижения издательских проектов.		1	1		6

	Тема 11. Современные оформительские стратегии. Визуальные влияния и заимствования в оформлении книг (на примере современной издательской практики). Книжные обложки, их функции, технологии создания. Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Книжные обложки в цифровую эпоху.	1	1	1		8
	Тема 12. Издательские стратегии в электронной среде. Структура рынка цифрового книгоиздания. Новые формы редактирования в электронной среде: веб-редактирование; коллаборативное.	1	1	1		6
	Тема 13. Переводная литература в системе современного книгоиздания. Стратегии перевода (в общем виде). Переводческие трансформации. Критерии редакторской оценки перевода произведений литературы. Типология и аппарат переводного издания.	1	1	1		8
	Тема 14. Новые социокультурные и сетевые механизмы продвижения издательских проектов. Институт литературных конкурсов/премий в России. Рекламно-маркетинговые стратегии в социальных медиа.	1	1	1		8
Итого		144	14	14		116

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Общая характеристика курса, его цели и задачи, рекомендуемая литература.

Общая характеристика курса, его цели и задачи. Цели его изучения, в том числе усвоение теоретических знаний и выработка практических навыков и умений. Место изучаемой дисциплины в системе других дисциплин, которые формируют профессиональные качества современного редактора-издателя, работающего в условиях рыночной экономики и интенсивного развития новых инфокоммуникационных технологий. Компетенции (общекультурные, профессиональные), вырабатываемые в процессе обучения. Рекомендуемая литература. Структура курса и методика его изучения. Организация самостоятельной работы студентов. Организация практических занятий, включая посещение издательств, международных и национальных книжных ярмарок.

Тема 2. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Сущность редактирования и его основные функции. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий.

Издательское дело как культурное предприятие. Культурно-просветительская миссия издателей. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Типология издательств. Издательства-трендсеттеры на российском книжном рынке: интеллектуальные/культурные, нонконформистские издательства и пр. Сущность редактирования и его основные функции. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий (культурное значение, коммерческий потенциал, этические и правовые аспекты и пр.). Механизмы культурной фильтрации в издательском деле. Формирование издательского портфеля. Поиск новых авторов и произведений, в том числе в интернете (на тематических сайтах, в социальных медиа и пр.). Работа с литературными агентствами. Оценка рукописей.

Тема 3. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация

Понятия «стратегия» и «тактика». Задача стратегии - эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели. Доминирующие и смешанные стратегии в издательском бизнесе. Понятие стратегии у теоретиков менеджмента. Трактовки Генри Минцберга *(Henry Mintzberg):* стратегия как план, как образец, как позиция, как уловка, как перспектива. Стратегический менеджмент *(стратегия проникновения на рынок; стратегия развития рынка; стратегия создания продукта; стратегия диверсификации).*

Многозначность трактовок понятия «стратегии». Стратегия как «тенденция», как «план действия для достижения целей» (реже «вид деятельности»), «общий, всесторонний план достижения целей», иногда «политика», «поведение» (например, интернет-стратегия, медиастратегия). Виды издательских стратегий: цифровые, онлайновые, рекламномаркетинговые, репертуарные, академические, нонконформистские, оформительские, переводческие и пр.

Концептуализация издательских стратегий в области литературно-художественных изданий; изданий в сфере общественных / социально-политических и филологических наук. Культурные инициативы и фонды (международные, национальные, государственные, частные), которые поддерживали(ют) издательские программы

Понятие «нон-фикшн», основные жанры нон-фикшн. Формирование рынка беллетризованного нон-фикшн в современной издательской практике (на примере репертуарной политики издательств: «Бомбора», «Альпина Паблишер», «Манн, Иванов и Фербер» (МИФ), ИД «Питер» и др.).

Тема 4. Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Принципы объединения книг в серии. Серийное оформление. Серия как издательский бренд. Основные задачи серии, которые учитывает редактор при ее проектировании.

Принцип серийности в книгоиздании (советский и постсоветский период). Краткий исторический экскурс (от первых серий Альда Мануция до современной издательской практики). Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Основные принципы объединения книг в серии. Типы литературно-художественных серий *(научные, научно-массовые, массовые).* Серия как издательский бренд. Серийное оформление (парадоксы унификации). Известные серии советских и российских издательств, их общая характеристика (оформление, принципы формирования репертуара, аппарат): «Библиотека поэта» («Советский писатель», «Академический проект», «Вита Нова»); «Литературные памятники» («Академия наук СССР», «Ладомир», «Наука»); «БВЛ» («Художественная литература»); «ЖЗЛ» (до революции выпускалась издательством Ф. Ф. Павленкова; были попытки инициировать серию другими издательствами; с 1938 г. «Молодая гвардия»); *«Ex libris»* («Симпозиум»); «Личная библиотека Борхеса», *«.Millenium - Тысячелетие»,* «Поколение Y», «Читать [модно]» («Амфора»); «The Best of Иностранка» («Иностранка»); «Женский почерк» («Вагриус»), «АСТ» («Альтернатива»). Современные (действующие) серии российских издательств: «Новая русская классика» («Редакция Елены Шубиной», РЕШ); «Коллекция «Метаморфозы» в интерпретации современных иллюстраторов («Рипол-Классик»); «АСТ» («Эксклюзивная классика», «Величайший интеллектуальный триллер»); «Азбука» («Азбука-классика» (в обложке); «Малая библиотека шедевров»); ИД Мещерякова («Малая книга с историей»); «Пальмира» («Разум и чувства»); «ЭКСМО» *(«pocketbook»,* «Интеллектуальный бестселлер. Читает весь мир») и др. Серии изд- ва *Corpus* («Автор как персонаж», «Винтажный детектив», «Лучший скандинавский триллер», «Весь Умберто Эко»); научно-популярные серии (TED BOOKS, «Элементы», «Библиотека премии «Просветитель», «Библиотека Фонда «Эволюция») и пр. Нон-фикшн серии издательств: «Бомбора» («Куриный бульон для души», «Сенсация в медицине» и пр.); «Манн, Иванов и Фербер» («МИФ. Культура и искусство», «МИФ. Кругозор», «МИФ. Саморазвитие); «Альпина Паблишер» («Альпина. Бизнес») и пр. Серии интеллектуальных / культурных издательств (на примере «Ад Маргинем», «НЛО» и др.). Основные задачи серии, которые должен учитывать редактор при ее подготовке (или проектировании).

Тема 5. Культура издания: Основные элементы аппарата издания и методика редакторской подготовки. Типология изданий (общая характеристика). Типы и виды литературно-художественных изданий. Аппарат издания. Вспомогательные указатели, их основные виды; методика редактирования. Издательская интерпретация произведений.

Общая типологическая характеристика изданий. Издательская интерпретация произведения автора. Концепция и модель издания. Разработка и обоснование концепции издания с точки зрения уровней (видо-типологический, предметный, конструктивный и пр.) и

компонентов (вид, задачи, читательский адрес издания; характер потенциальных читательских запросов; оригинальность и ценность произведения и др.).

Типы и виды литературно-художественных изданий. Основные элементы аппарата издания и методика их редакторской подготовки. Справочно-вспомогательный и научносправочный аппарат (сопроводительные статьи, комментарии, указатели и пр.) в изданиях различного типа и вида. Вспомогательные указатели в изданиях различного типа и вида.

Виды указателей по основным признакам: содержанию, тематике (или типу сведений), способам упорядочения (расположения материала), структуре рубрик.

Методика редактирования и составления указателей в современной издательской практике. Редакторская оценка указателей по следующим критериям: *полнота указателя, язык указателя, ссылочный аппарат указателя, культура исполнения и технические требования.* ГОСТ 7.78-99 «Издания. Вспомогательные указатели» (требования к указателям и область их применения). Разработка концепции издания: основные методические подходы.

Тема 6. Комментарии как элемент аппарата издания. Методологические аспекты комментирования. Основные виды комментариев (текстологический, историколитературный, реальный, лингвистический). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике.

Методологические аспекты комментирования. Комментарий как порождающий механизм культуры и как неотъемлемый компонент эдиционной практики. Функции и границы комментария в изданиях. Основные цели и функции комментариев. Классификации основных видов комментариев по объектам и приемам пояснения (текстологический, историко-литературный, лингвистический, реальный). Текстологический комментарий в академических изданиях. Особенности комментирования аллюзий, литературных реминисценций и пр. видов цитат (скрытых, явных, полигенетичных). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике (на примере традиционных и сетевых изданий). Интертекстуальный, мотивный, психоаналитический, тотальный комментарий в издательских проектах классики. Классификация реалий. Визуализация в реальных комментариях. Наиболее значимые проекты комментированных изданий.

Тема 7. Академические стратегии. Академическое книгоиздание: история и традиции эдиционной подготовки классического наследия. Теоретические основы цифровой архивации классического наследия. Научная коллаборация в цифровой среде. Цифровые архивы культурного наследия.

Основные этапы развития (дореволюционный, советский и постсоветский период) русской школы текстологии. Понятийный аппарат текстологической науки: *автор, текст/произведение, список, автограф, вариант, разночтения, конъектура, атрибуция, датировка, локализация, глосса, интерполяция, «воля автора».* Трактовки понятий «классическая книга», «классика», «литературный канон». Установление научнокритического текста (в другой терминологии — канонического, основного, аутентичного и пр.). Основные методы установления текста: конъектура, реконструкция, контаминация. Типы изданий классических текстов. Научно-критические или академические издания как вершина изданий научного типа. Виды сопроводительных статей в изданиях классических текстов научно-массового и научного типа.

Академические стратегии. Современная эдиционная практика и новые текстологические подходы. Масштабные проекты академических собраний сочинений классики,

инициированные в постсоветский период. Комментирование как проблема редакторской подготовки академических (научно-критических) изданий.

Серия «Литературные памятники (задачи серии, принципы отбора произведений, переводческие принципы, научный аппарат).

Академические подходы к изданию литературы по гуманитарным наукам в постсоветский период на примере изд-в: «Языки русской/славянских культур», «Новое Литературное обозрение», «:ОГИ» (Объединенное гуманитарное издательство), «Алетейя», «Академический проект» (СПб.), «РОССПЭН», «Праксис», «Новое издательство», изд-во Института Г айдара и др.

Многопрофильность цифровых библиотек (сочетание издательских, библиотечных/архивных, научно-исследовательских функций - последнее для академического сегмента). Известные международные проекты электронных хранилищ и архивов электронных копий произведений мировой литературы. Национальные и международные проекты электронных библиотек. «Национальная электронная библиотека» (НЭБ). Оцифрованные книжные памятники на портале НЭБ (https://kp.rusneb.ru/)

Российские электронные библиотеки: общая характеристика. Академический сегмент Рунета: Русская виртуальная библиотека (РВБ, с 1999 г.), Фундаментальная электронная библиотека (ФЭБ) «Русская литература и фольклор» (с 2002 г). Электронные научные издания (ЭНИ) ФЭБ «Русская литература и фольклор» («Пушкин», «Гоголь», «Лев Толстой», «Чехов» и пр.) и отдельные проекты РВБ.

ИМЛИ РАН и ИРЛИ РАН - текстологическая деятельность по подготовке академических собраний сочинений отечественного классического наследия. Академические собрания сочинений Пушкинского дома (электронная библиотека), на декабрь 2022 г. - 28 проектов, включающих оцифрованные академические издания с иллюстративным (визуальным) материалом документального типа: Белинский, Герцен, Гоголь, Гончаров, Добролюбов, Достоевский, Капнист, Лермонтов, Некрасов, Прокопович, Пушкин, Радищев, Салтыков-Щедрин, Тургенев, Успенский, Чернышевский и пр.

Генетическая критика во Франции (основные понятия). Новые текстологические подходы к изданию модернистской литературы XX в. Цифровая гуманитаристика *(Digital Humanities).* Трансформации фундаментальных понятий (авторство, произведение/текст, литературный канон, чтение, издание) в электронной среде. Научная редактура и научная коллаборация в цифровой среде. Принципы организации цифровых архивов культурного наследия. Цифровые семантические издания.

Тема 8. Проективные технологии в издательском деле (часть I). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские технологии озаглавливания книг.

Проективные технологии в издательском деле. Понятия «проект», «издательский проект», «авторский проект», «литературный проект». Технология создания бестселлеров. Текстовые и внетекстовые стратегии создания бестселлера. Авторские (литературные) стратегии. Роль редактора и литературного агента в создании бестселлера.

Современные издательские практики озаглавливания книг. Историко-литературный, и историко-библиографический экскурс по книжным заглавиям. Типология заглавий (синтактика, семантика, прагматика). Новые издательские технологии озаглавливания, Основные приемы озаглавливания на примере изданий беллетристических жанров художественной литературы и нон-фикшн. Роль заглавий бестселлеров в формировании моды на заглавия (количественные методы исследования современных заглавий). Особенности

перевода и редактирования заглавий книг. Типичные ошибки переводных заглавий. Провокативные заглавия книг. Поэтика и прагматика заглавий в контексте *Digital Humanities.* Франко Моретти и концепция «дальнего чтения». Нейросети и генерация книжных заглавий.

Тема 9. Проективные технологии в издательском деле (часть II). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские технологии. Способы «конструирования «автора». Псевдоним как литературный и издательский феномен.

Авторство как текстологическая и книговедческая категория. Способы конструирования «авторства» в современной издательской практике (на примере литературно-художественных жанров и нонфикшн). Псевдоним как литературное явление и издательский феномен. Псевдоним (ложное имя) как полифункциональный знак. Классификация и функции псевдонимов. Виды псевдонимов по способу образования. Основные термины по видам псевдонимов *(полионим, криптоним, гетероним, аноним* и пр.). Типы авторства, реализуемые в псевдонимах: индивидуальное, коллективное и соавторство. Основные причины и мотивы псевдонимности. Гострайтер (автор-призрак). Литературные и книжные мистификации. Прецеденты в издательской практике, связанные с авторским правом, при использовании псевдонимов и мистификаций. Конструирование «авторства» для произведений жанра нон - фикшн. Социальная ответственность издательств и «Закон о защите прав потребителей».

Тема 10. Проективные технологии в издательском деле (часть III). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские технологии: способы литературной обработки текста и продвижения издательских проектов.

Creative writing (писательское / литературное мастерство) и креативная редактура. Основные понятия *creative writing.* Способы литературной обработки текста, которые учитывают жанровую специфику (дамский/сентиментальный роман, различные ответвления детективного жанра, фэнтези, беллетризованные биографии и пр.), а также ориентированы на массовую читательскую аудиторию и ее отдельные сегменты, выделяемые по гендерному, возрастному признаку и пр. Особенности редактирования жанров массовой литературы. Художественные особенности массовой литературы: высокая степень стандартизации, ее релаксационный и эскапистский характер. Основные литературные приемы беллетристики: напряжение (саспенс), идентификация (или отождествление с персонажами) и создание слегка видоизмененного воображаемого мира. Способы оживления стереотипов в массовой литературе. Редактирование художественной беллетристики (на примере детектива и сентиментального романа).

Способы актуализации классики на примере массовых изданий (мэшапы американского изд-ва *Quirk Books*; проекты изд-ва «Слово», связанные с Джейн Остин; серии комментированной классики от изд-ва *Clever* и др.).

Феномен фанфика (фан-фикшн) — создание сообществом поклонников произведений по мотивам чужого творчества — и его взаимодействие с издательской практикой. Появление новых производных беллетристических жанров: сиквел, приквел, спин-офф, мэшап. Издательские проекты фанфиков (на примере изданий по мотивам классических произведений и киносериалов). Правовые споры между фан-райтерами относительно правомерности использования тропов и мотивов, общих для исходной вселенной.

Креативные подходы в разработке и реализации издательского проекта (отдельного произведения, серии и пр.), в целом учитывающие комплекс различных параметров, но прежде всего жанровую специфику, дизайн и рыночные требования.

Тема 11. Современные оформительские стратегии. Визуальные влияния и заимствования в оформлении книг (на примере современной издательской практики). Книжные обложки, их функции, технологии создания. Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Книжные обложки в цифровую эпоху.

Книжные обложки/переплеты (основные дефиниции). Книжные обложки/переплеты: генезис, эволюция и современные технологии создания. Функции книжных обложек (идентификационная, мнемоническая, брендовая, интерпретационная, художественноэстетическая, рекламно-маркетинговая). Типология книжных обложек (общие подходы). Визуальные влияния и заимствования в оформлении книг (на примере современной издательской практики). Ведущие звездные дизайнеры книжных обложек на мировом рынке (Чип Кидд, Питер Мендельсунд, Дэвид Пирсон и др.), российские дизайнеры (А. Бондаренко, А. Гусев и др.). Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Принципы серийного оформления (на примере книжных обложек). Визуальная история произведения в книжных обложках. Коллекции и цифровые архивы книжных обложек. Издательские платформы и сервисы по созданию книжных обложек. *UGC (user generated content)* в издательском деле. Издательский конкурсы обложек для читателей *(Quirk Books The Mash-Up Contest* в 2011 г.; ЭКСМО с конкурсом *Cover Revolution* в 2016 г. и др.). Статус книжных обложек в цифровую эпоху. Анимированные книжные обложки. Роль внешнего оформления в продвижении книг.

Тема 12. Издательские стратегии в электронной среде. Структура рынка цифрового книгоиздания. Новые формы редактирования в электронной среде: вебредактирование; коллаборативное.

Цифровые и онлайновые стратегии российских издательств (на примере «ЭКСМО», «Альпина Паблишер», «Манн, Иванов и Фербер» и др.). Структура рынка цифрового книгоиздания: смешанные издательства, выпускающие печатные и электронные книги; цифровые издательства; электронные книжные магазины и онлайновые платформы («ЛитРес»); селф-паблишинговые платформы; подписные библиотечные сервисы; компании, выпускающие аудиокниги. Технологии «печати по требованию» *(print-on-demand).*

Основы веб-редактирования, отличия от традиционных принципов редактирования печатного текста, обусловленные интернет-средой (гипертекстуальностью, интерактивностью и пр.), особенностями восприятия электронного текста и спецификой интернет-аудитории. Свойства веб-текста, принципы его конструирования. Структурно-композиционные требования; требования к языку и стилю; требования к лиду; роль гиперссылок; способы маркирования электронного текста и пр. Модификация современной системы СМИ, основные ее характеристики *(дигитализация, конвергенция, глобализация, диверсификация).* Типологическая характеристика электронных периодических изданий. Электронный журнал *(webzine, ezine, zine)* как вид. Основные принципы написания статей для веб-журналов. Интерактивность интернет-журналов. Язык и стиль интернет-журналистики. Содержательные, структурные, жанровые и лингвостилистические особенности массового интернет-журнала, принципы редакторской подготовки. Визуализация контента. Настройка и персонализация контента. Базовые понятия рекламы в прессе (медиа-кит, рейтинг,

медиаисследование, медиамониторинг). Основные понятия интернет-рекламы (*баннерная, контекстная реклама, таргетинг).* Новое поколение российских медиа (общая характеристика). Цифровые издательства, или платформы для создания журналов. Цифровая дистрибуция журналов. Новые жанры и форматы электронных публикаций *(лонгрид, мультискрипт* и пр.). Медиа-вирусы, или интернет-мемы. Медиаконвергенция. Особенности работы конвергентной редакции. Технологии веб 2.0; веб 3.0. Фольксономия. Концепция «длинного хвоста» Криса Андерсона *(Chris Anderson.* The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. Random House UK, 2006).

Принципы *коллаборативного редактирования* (на примере справочноэнциклопедических ресурсов). Феномен свободной энциклопедии *Wikipedia* («Википедия»). История и динамика развития проекта. «Википедия» как энциклопедия и как сообщество редакторов-волонтеров со своими правилами и институциями. Многоуровневая система прав пользователей. Виды вандализма. Особенности русской «Википедии». Викивстречи редакторов. Предварительные оценки качества и надежности публикуемых энциклопедических материалов. Проблема контроля над достоверностью информации, борьба с фальсификациями. Новый энциклопедизм (или новая энциклопедическая «картина мира»). Сравнение «Википедии» с другими онлайновыми и печатными энциклопедиями.

Тема 13. Переводная литература в системе современного книгоиздания. Стратегии перевода (в общем виде). Переводческие трансформации. Критерии редакторской оценки перевода произведений литературы. Типология и аппарат переводного издания.

Традиции издания переводной литературы в России. Переводная литература в общей структуре выпуска книжной продукции. Динамика выпуска по основным статистическим показателям. Современная издательская практика. Издания различных видов переводной литературы: художественной, научной, научно-популярной, учебной, справочной.

Репертуар литературно-художественных изданий в постсоветский период. Переводческие программы в области историко-филологических и общественных наук *(Translation Project).* Общая характеристика доминирующих тенденций в издании переводной литературы на современном этапе.

Общая характеристика современных издательских стратегий и издательств, занимающихся выпуском переводных изданий. Интеллектуальные/культурные издательства: издательский дом «Новое литературное обозрение», «Ад Маргинем», «Алетейя», «РОССПЭН» и др. Издательства, специализирующиеся на выпуске переводной художественной литературы *(Corpus,* «Симпозиум», «Иностранка» и др.). Коммерческие издательства («ЭКСМО», «АСТ», «Азбука-Аттикус», «РОСМЭН», «ОЛМА-ПРЕСС», «РИПОЛ-КЛАССИК»), выпускающие различную переводную литературу: художественную, детскую, учебную, справочную (в основном прикладного характера) и пр.

Особенности работы редактора над текстами переводов художественной и нехудожественной литературы. Проблема редакторской оценки перевода (общая постановка). *Стратегии* художественного перевода (в общем виде).

Теоретические основы перевода. Сущность перевода как репрезентация оригинала в другой культуре. Различные дефиниции перевода. Перевод как процесс межъязыковой трансформации при сохранении инвариантного содержания. Понятие «единицы перевода». Роль экстралингвистических компонент при переводе. Языковые значения и перевод. Основные типы значений: *референциальные, прагматические, (внутри)лингвистические.* Семантические расхождения между языками. Редакторский учет особенностей семантических соответствий при переводе. Специфика передачи *референциальных* значений. Проблема

перевода безэквивалентной лексики. Виды (или принципы) перевода безэквивалентной лексики: транслитерация, транскрипция, калькирование, приближенный, описательный, трансформационный переводы. Практическая транскрипция. Перевод и редактирование собственных имен. Особенности передачи фразеологических единиц (ФЕ) на языке перевода.

Специфика передачи прагматических значений слов ИЯ. Стилистическая характеристика, стилистический регистр и эмоциональная окраска слова. Передача метафорических значений слов. Коннотации и ее учет при переводе и редакционной обработке текста. Виды переводов прагматических значений. Важность прагматического фактора для художественного перевода. Важность внутрилингвистических значений для переводов поэтических произведений.

Художественный перевод как вид литературного творчества. Принципы литературного перевода и поэтического (e.g. для поэзии - эквилинеарность, эквиритмия, система строф и пр.) и их реализация в конкретных издательских проектах. Типология художественных переводов в зависимости от целевого назначения издания.

Релевантность фоновых знаний при переводе и редактировании переводного текста. Критерии редакторской оценки переводной художественной литературы. Современные проблемы научного (и научно-технического) перевода и критерии его редакторской оценки.

Особенности перевода и редактирования рекламных текстов. Проблемы социолингвистической адаптации рекламных текстов. Машинный перевод.

Методика редактирование переводной литературы. Инструментарий переводчика/редактора. Использование словарей (справочной литературы) в процессе редактирования переводной литературы. Электронные справочные, энциклопедические, полилингвистические издания в современных условиях работы редактора и переводчика.

Типология и аппарат переводных изданий.

Тема 14. Новые социокультурные и сетевые механизмы продвижения издательских проектов. Институт литературных конкурсов/премий в России. Рекламномаркетинговые стратегии в социальных медиа.

Институт литературных конкурсов/премий в России, влияние на книжный рынок. Литературные премии «Большая книга», «Национальный бестселлер», «Русский Букер», «Ясная Поляна», «Просветитель», «Лицей» и пр. Креативные подходы в целях раскрутки издательских проектов. Поиск новых способов продвижения и рекламы книги, включая получающие все большее распространение каналы цифровой дистрибуции: реклама и продвижение в социальных медиа, различные сетевые формы представительства издательств (корпоративные издательские сайты, блоги, youtube-каналы и пр.). Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций (предыстория появления, определение, основные виды буктрейлеров по технологии их создания, конкурсы буктрейлеров и пр.).

Корпоративный издательский сайт, функциональное назначение (основные цели и задачи). Издательский сайт как основной информационный и рекламный инструмент. Репертуар издательства как основа функционирования сайта. Веб-презентации как инструмент издательского брендинга (брендинг издательства, авторов, персонажей, серий, определенных видов издаваемой литературы и пр.). Витрины книжных обложек на современных издательских сайтах. Роль редактора в разработке концепции и функционировании сайта, а также в процессе формирования обновляемого контента сайта.

Инструмент блоггинга в издательском деле, его основные функции. Феномен блог-литературы. Примеры изданий литературных произведений, раскрученных с использованием блог-сервисов. Книжные продюсирование.

Селф-паблишинговые платформы. Self-pub издания (цифровой самиздат) и его влияние на современную издательскую практику.

Читательские сообщества в социальных медиа и их роль в продвижение издательских проектов в процессе интерактивного взаимодействия с издательствами. Интегрированные маркетинговые коммуникации. *Social media marketing* (SMM), инфлюэнс маркетинг. Краудфандинговые платформы как финансовый и рекламно-маркетинговый инструмент для создания и продвижения издательских проектов. Креативные издательские проекты, реализованные с помощью крауд-фандинговых платформ (глобальных и российских). Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.

3.4. Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий

3.4.1 Семинарские / практические занятия

Практические занятия 1. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика.

Практические занятия 2. Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период.

Практические занятия 3-4. Культура издания: Основные элементы аппарата издания и методика редакторской подготовки.

Практические занятия 5-6. Комментарии как элемент аппарата издания.

Практические занятия 7-8. Академические стратегии. Теоретические основы цифровой архивации классического наследия.

Практические занятия 9. Новые издательские технологии озаглавливания книг.

Практические занятия 10. Способы «конструирования автора». Псевдоним как литературный и издательский феномен.

Практические занятия 11. Новые издательские технологии: способы литературной обработки текста и продвижения издательских проектов.

Практические занятия 12-13. Современные оформительские стратегии. Книжные обложки, их функции. Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Книжные обложки в цифровую эпоху.

Практические занятия 14. Издательские стратегии в электронной среде. Новые формы редактирования в электронной среде: веб-редактирование; коллаборативное.

Практические занятия 15. Переводная литература в системе современного книгоиздания. Типология и аппарат переводного издания.

Практические занятия 16. Стратегии перевода (в общем виде). Переводческие трансформации. Критерии редакторской оценки перевода произведений литературы.

Практические занятия 17. Типология и аппарат переводного издания.

Практические занятия 18. Рекламно-маркетинговые стратегии в социальных медиа.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

Электронный образовательный ресурс «Издательские стратегии»: https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=3282

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

ГОСТ Р 7.0.60-2020. Издания. Основные виды. Термины и определения.

ГОСТ Р 7.0.83-2013. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения.

ГОСТ Р 7.0.4-2006. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления.

ГОСТ 7 70 99 Издания В сплмогатллт ттт те указ атзли

ГОСТ Р 7.0.100-2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила.

4.2 Основная литература

1. *Зимина Л. В.* Креативное редактирование: К вопросу об издательских «технологиях» озаглавливания книг // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2013. № 5. С. 81 -URL: elibrary.ru (дата обращения: 04.05.2023).

2. *Зимина Л. В.* Культурная конвергенция: Новые медиа и издательский бизнес // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. N5. Филология. Искусствоведение (Вып. 94). С. 377 - 382. URL: http ://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-копуег§еп 181 уа-поууе-шеб1а-1-12ба1е18к1 у-ЫЗпе8 (дата обращения: 04.05.2023).

3. *Зимина Л. В.* Современные издательские стратегии : от традиц. книгоиздания до сетевых технологий культур. памяти / Л. В. Зимина ; Рос. акад. наук, Науч. совет "История мировой культуры", Комис. по истории книж. культуры и комплекс. изучению кн. - М. : Наука, 2004 (ППП Тип. Наука). - 273, [1] с.

4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития / Отраслевой доклад под общ. ред. В.В. Григорьева. - Москва: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, 2022. - 92 с. URL: https://bookunion.ru/up1oad/fl1es/Bookmarket-2022.pdf?vsc1id=182xv2h1mt289038322 (дата обращения: 04.05.2023)

4.3 Дополнительная литература

1. Беловицкая А. А. Типологические признаки серийного издания художественной литературы // Книга: Исслед. и материалы. Сб . 21. - М.: ВКП, 1970. - С. 26-41

2. Герчук, Ю. Я. Художественная структура книги : учеб. пособие для студентов вузов / Ю. Я. Герчук. - Москва : РИП-холдинг, сор. 2014. - 212, [1] с. - ISBN 978-5-903190-63-8.

3. Григорьянц Е. И. Книжная серия как инструмент стимулирования читательских интересов // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. - 2012. - №1. - С. 75-79. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/knizhnava-seriva-kak-instrument-stimulirovaniya-chitatelskih-interesov (дата обращения: 04.05.2023).

4. Зимина Л. В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2. С. 170-179. URL: URL: URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 04.05.2023).

5. Зимина Л.В. Инновационные практики комментирования // Современные проблемы книжной культуры: Основные тенденции и перспективы развития / Материалы XIV Белорусско-Российского научного семинара-конференции. Минск: Центральная научная библиотека им. Я. Коласа НАН Беларуси; М.: Научный и издательский центр «Наука» РАН, 2021. С. 161 - 167. URL: https://elibrarv.ru (дата обращения: 04.05.2023).

13. Зимина Л. В. Книжный продюсер vs книжный редактор в издательском бизнесе // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. - М.: Фак. журн. МГУ, 2022. - С. 276 - 277.

16. Зимина Л. В. Self-Publishing: Авторские и издательские интернет-платформы самопубликаций // Знак: Проблемное поле медиаобразования. 2017. N3 (25). С. 135 - 142. URL: https://cvberleninka.ru/article/n/self-publishing-avtorskie-i-izdatelskie-internet-platformv-samopublikatsiy (дата обращения: 04.04.2022).

17. Зимина Л. В. Переводная литература в системе современного книгоиздания // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2006. № 3. С. 98-110. URL: URL: elibrary.ru (дата обращения : 04.04.2022).

18. Зимина Л. В. Современная эдиционная практика и новые текстологические подходы // Известия вузов: Проблемы полиграфии и издательского дела. 2004. № 1. С. 126138. URL: URL: elibrary.ru (дата обращения : 04.04.2022).

19. Каласссо, Роберт. Искусство издателя / пер. А. Дунаева. - М.: Ad Marginem Пресс, 2017. - 160 с.

20. Калашникова Е. По-русски с любовью: Беседы с переводчиками. - М.: Новое литературное обозрение, 2008. - 608 с.

21. Карайченцева С. А. Книговедение: Литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству : Учебник для вузов. — М. : МГУП, 2004. — 424 с.

22. Кидд, Чип. Судите сами. Как отличить хороший дизайн от плохого / Чип Кидд; пер. с англ. П. Миронова. - М. : Corpus, 2015. - 144 с. (Серия TED Books) ISBN 978-5-17091689

23. Кузнецов, Б. А. Экономика и организация издательской деятельности: книгоиздание : учебное пособие / Б. А. Кузнецов- 2-е издание, перераб. и доп. - Москва : Университетская кн. : Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. - 358, [1] с. - ISBN 978-59792-0052-1

24. Лихачев Д. С. Текстология: Краткий очерк / Археографическая комиссия РАН. 2-е изд. — М.: Наука, 2006. — 175 с.

25. Ленский Б. В. Книгоиздательская система современной России. — М.: Наука, 2001. — 207 с.

26. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий: учеб. пособ. для студентов вузов. - М.: Аспект пресс, 2005. - 112 с.

27. Мжельская Е.Л. Современное книгоиздание для детей: учеб. пособ. - М.: МГУП, 2011. - 120 с.

28. О редактировании и редакторах: антол. сб.-хрестоматия / сост. А.Э. Мильчин. - М. : Новое литературное обозрение, 2011. - 672 с.

29. Потапов С. В. Как управлять проектом: поэтапно до полной реализации. — М.: Эксмо, 2006. — 158 с.

30. Прайс Дж., Прайс Л. Текст для Web: Доступность и привлекательность. — М.: Вильямс, 2003. —464 с.

31. Рудер, Эмиль. Типографика: Руководство по оформлению. - М. : Книга, 1982. -

286 с.

32. Соколова И. С. Издания по естественным наукам: современные стратегии подготовки и выпуска: моногр. - М.: МГУП, 2009. - 146 с.
33. Томашевский Б. В. Писатель и книга. Очерк текстологии. 2-е изд. — М.: Искусство, 1959. — 279 с.
34. Чихольд, Ян. Облик книги: Избранные статьи о книжном оформлении и типографике /4-е изд. - М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. - 228 с.
35. Чихольд, Ян. Новая типографика: Руководство для современного дизайнера. - М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. - 244 с..
36. Степанов В. Г. Теоретические основы редактирования переводной литературы / Конспект лекций. - М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1997. - 60 с.
37. Федоров А. В. Основы общей теории перевода: лингвистические проблемы: учеб. пособие / 5-е изд.- М. : Высш. шк., 2002. - 300 с.
38. Чуковский К. И. Высокое искусство: принципы художественного перевода. - СПб.: ИД «Авалонъ»; ИД «Азбука-классика», 2008. - 448 с.
39. Эко, Умберто. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе / пер. с итал. А.Н. Коваля. - СПБ.: Симпозиум, 2006. - 574 с.
40. Baines, Phil. Penguin by Design: A Cover Story 1935-2005. - L.: Allen Lane; Penguin Books Ltd., - 2005. - 256 p.
41. Drew, Ned, Sternberger, Paul. By Its Cover. Modern American Book Cover Design. - New York: Princeton Architectural Press, 2005. - 192 p.

4.4 Научная и отраслевая периодика

Библиография и книговедение. URL: http://www.bookchamber.ru/iournal.html
Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. URL: http://www.iourn.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/
Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела *elibrary.ru/title about.asp?id= 7721*
Книжная индустрия. URL: https://www.bookind.ru/
Медиаскоп. URL: http://www.mediascope.ru/
Меди@льманах. URL: http://www.iourn.msu.ru/science/pub/media-almanac/.
Университетская книга. URL: http://www.unkniga.ru/

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская книжная палата (филиал ИТАР-ТАСС). URL: http://gbu.bookchamber.ru/.
2. Научная электронная библиотека — URL: http://www.elibrary.ru/
3. Национальная электронная библиотека (НЭБ). URL: https://rusneb.ru/.

1. Горький Медиа: проект о книгах и чтении. URL: https://gorky.media/.
2. ***Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор».*** URL: http://feb-web.ru/.
3. ***Publishit Ru*** (портал об отечественном книгоиздании и книготорговле). URL: http://publishit.ru/.

5 Материально-техническое обеспечение

Интерактивная доска.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации (для преподавателя)

При освоении дисциплины помимо традиционных лекций и практических занятий предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий:

- подготовка докладов по дисциплине, сопровождающихся электронными презентациями;
- участие в мастер-классах специалистов отрасли;
- работа в команде при выполнении отдельных творческих заданий.
- использование интернет-технологий для поиска информационных и аналитических материалов по теме курса и выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации);
- экскурсии в издательстве и на книжные выставки.

Темы практических занятий построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять.

6.2 Методические указания (для обучающихся)

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка докладов и презентаций в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными мультимедийными проектами.

Предполагается выполнение творческих заданий.

7 Фонд оценочных средств (Оценка результатов обучения)

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов и творческих заданий на практических занятиях.

Форма аттестации - зачет.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику докладов (сообщений) для подготовки к практическим занятиям, творческие задания, примерные вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка

степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется «зачет», «незачет».

7.2 Оценочные средства

Примерные творческие задания

1. Разработка и обоснование концепции издания или издательского проекта (по выбору - литературно-художественного, переводного, учебного, информационно-рекламного и пр.).
2. Создать комментарий / примечания к фрагменту прозаического произведения или стихотворению.
3. Создать вспомогательный указатель или несколько указателей различного вида к фрагменту любого литературно-художественного произведения (можно также выбрать учебные или справочные издания, издания для детей).
4. Написание и редактирование статей для «Википедии» по издательскому делу и шире - книговедческой теме.
5. Веб-редактирование (на материале любого по жанру текста, опубликованного в печатном периодическом издании, отредактировать его определенным образом, «превратив» в веб-текст, т.е. создав электронный текст для тематического сайта или интернет-СМИ с гиперссылками и визуализацией).
6. Разработка концепции научно-справочного аппарата издания (по выбору: литературно-художественного, справочного, учебного и пр.).
7. Разработка и обоснование концепции продвижения издательского проекта или издательства в социальных медиа

Примерные темы докладов

1. Репертуарная политика нонконформистских издательств.
2. Серийная политика издательства (по выбору).
3. Сравнительный анализ репертуарной политики двух-трех издательств в том или ином сегменте книгоиздания.
4. Оформительские стратегии (зарубежного издательства или российского; на примере серии).
5. Доклад с презентацией о книжном дизайнере обложек (художнике книги).
6. Книжные «ляпы» на обложках, пропущенные редакторами. (Можно попытаться построить классификацию типичных ошибок; рассмотреть примеры вопиющих заимствований (плагиата) в оформлении или, напротив, в хорошем смысле визуальных влияний или визуальной интертекстуальности).
7. Принципы озаглавливания беллетристических жанров (по выбору): детектив, сентиментальный (дамский) роман, фэнтези и пр.
8. Технологии озаглавливания в практике любых российских издательств: МИФ, «Бомбора», «Альпина Паблишер» и пр. (можно выбрать издательство, являющееся местом прохождения практики).
9. Охарактеризовать особенности (стратегии) озаглавливания нон-фикшн изданий.
10. Основные принципы озаглавливания изданий переводных произведений или поэтических сборников.
11. Примеры (кейсы), связанные с поддельными рукописями или книжными фальсификатами / подделками (подложными книгами) из истории книгоиздания, антикварного книжного дела, а также современной издательской практики.
12. Примеры (кейсы) ярких литературных мистификаций (можно указывать примеры из медийной среды с фейковыми личностями и пр.).

13. Способы образования псевдонимов (анаграммы, усечение полного имени, значащие имена и пр.) с иллюстративными примерами.
14. Особенности редактирования художественной беллетристики (на примере любого жанра массовой литературы по выбору - детективного, дамского романа).
15. Репертуарная политика (на примере различных издательств (по выбору): коммерческих, независимых, универсальных, специализированных и пр.)
16. Сравнительный анализ издательских стратегий на примере различных издательств: коммерческих, независимых, универсальных, специализированных и пр.
17. Редакторский анализ научного аппарата изданий (комментариев, указателей).
18. Анализ концепции издания или издательского проекта (по выбору - литературнохудожественного, учебного, информационно-рекламного и пр.).
19. Переводная литература в системе современного книгоиздания (динамика выпуска, репертуар).
20. Принцип серийности в современной издательской практике.
21. Переводческие издательские программы в области общественных и филологических наук.
22. Принципы подготовки академических собраний сочинений русских классиков в постсоветский период на примере (по выбору): Полного собрания сочинений и писем И.А. Гончарова, Л.Н. Толстого, А.А. Блока и др.
23. Инструмент блоггинга в книжном деле.
24. Научно-справочный аппарат в билингвистических изданиях (по выбору издания «Радуги», «Текста» и др.).
25. Научно-справочный аппарат серии «Литературные памятники» (на примере изданий текущего десятилетия).
26. Серия «Сокровища мировой литературы» издательства «Academia». Редакторский аспект.
27. Новые формы актуализации классики в издательских проектах (на примере переводных изданий).
28. Фэнзины (fanzine), или любительская периодика: История становления, типология и современные тенденции развития.
29. Принципы иллюстрирования в современных литературно-художественных изданиях.
30. Сетевое представительство издательств (на примере корпоративных сайтов, блогов, социальных сетей).
31. Брендинг в книжном деле (брендирование издательства, авторов, серий).
32. Продвижение издательского проекта в социальных сетях (изд-во по выбору).
33. Новые способы обращения с классикой на книжном рынке (жанровые мэш-апы, сиквелы, приквелы, адаптации, использование новых форматов (графические романы) и пр.).
34. Новые тенденции развития книжного рынка в условиях глобализации (по выбору любой сегмент - литературно-художественное книгоиздание, научно-популярное и пр.).
35. Современные оформительские стратегии (на примере книжных обложек)
36. Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.
37. Визуальная история произведения в книжных обложках (по выбору проанализировать различные издания (российские или зарубежные) любого произведения).
38. Редакторский анализ типичных ошибок в оформлении книжных обложек и их классификация.

Примерные вопросы к зачету Вопросы для

проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Основные трактовки понятия «стратегия» у теоретиков менеджмента. Концептуализация издательских стратегий.
2. Основные понятия: «издательский проект», «межиздательский проект», «кроссмедийный проект», «литературный проект», «авторский проект», «инновационный издательские проект».
3. Современная система российского книгоиздания: динамика выпуска (основные статистические показатели), издательская структура, репертуарная политика.
4. Переводная литература в системе современного книгоиздания: динамика выпуска, репертуарная политика издательств.
5. Инновационные практики комментирования в современных издательских проектах.
6. Общая характеристика издательских стратегий в сфере литературно-художественного книгоиздания.
7. Нонконформистские издательские стратегии.
8. Основные типы и виды литературно-художественных изданий.
9. Академические издательские стратегии.
10. Собрания сочинений как вид издания (состав, композиция, требования к аппарату издания).
11. Современные оформительские стратегии.
12. Принцип серийности в современной издательской практике.
13. Креативное редактирование: новые издательские «технологии» озаглавливания. книг.
14. Переводные издания в современной системе книгоиздания.
15. Культурно-значимые цифровые проекты литературных архивов и онлайновых изданий.
16. Виды комментариев, их классификация.
17. Виды вспомогательных указателей в изданиях различного вида.
18. Художественные особенности и стратегии редактирования художественной беллетристики (по выбору любой жанр: детектив, дамский роман и пр.).
19. Основные элементы аппарата литературно-художественного издания.
20. Институт литературных конкурсов/премий в России.

Вопросы для проверки уровня обученности УМЕТЬ:

1. Охарактеризовать принципы отбора материала и особенности редакционной подготовки (на примере антологии и альманаха).
2. Охарактеризовать аппарат издания как средство интерпретации литературного произведения (на примерах конкретных изданий).
3. Оценить влияние феномена фанфикшн на современную издательскую практику (проиллюстрировать на конкретных издательских проектах).
4. Охарактеризовать основные этапы работы редактора над литературнохудожественным сборником.
5. Охарактеризовать особенности редакторской подготовки комментариев в литературно-художественных изданиях различного типа и вида.
6. Проанализировать академические проекты собраний сочинений в постсоветский период (по выбору).
7. Охарактеризовать внешние элементы книжного оформления (обложка/переплет, суперобложка) и оценить их роль в рекламе и продвижении книг.
8. Оценить современное состояние и перспективы развития российского рынка электронных изданий.
9. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере конкретных проектов).
10. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере информационно-развлекательных проектов периодических изданий).
11. Разработать концепцию инновационного издательского проекта (на примере издания для детей и юношества)

12. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на примере любого издательства)
13. Разработать концепцию инновационного издательского проекта (на примере литературно-художественного издания)
14. Охарактеризовать работу редактора над контентом периодического издания.
15. Разработать цифровые/онлайновые стратегии издательства
16. Оценить сегмент селф-паблишинга (на примере цифровых книг под брендом «Издательские решения», *Ridero).*
17. Охарактеризовать цифровые проекты академических собраний сочинений.
18. Разработать концепцию справочного издания
19. Проанализировать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.
20. Охарактеризовать типологическую характеристику изданий (на примере издательских проектов различного вида и типа).

Вопросы для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ:

1. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в изданиях различного типа и вида.
2. Методика составления и редактирования комментариев (примечаний) в литературно-художественных изданиях различного типа и вида.
3. Методика веб-редактирования (структурно-композиционные требования к контенту, требования к заголовкам, языку и стилю, визуализация контента и пр.).
4. Методика создания цифровых книг на Ridero (российская электронная издательская платформа для независимых авторов).
5. Методика разработки концепции издательского проекта переводного издания.
6. Основные принципы озаглавливания нон-фикшн издания.
7. Методика создания цифровых книг на глобальных селф-публишинг платформах (*Lulu.com; Amazon Kindle Direct Publishing; Smashwords и пр.).*
8. Основные приемы при разработке стратегии рекламно-маркетинговой кампании в социальных медиа.
9. Основные принципы отбора и критерии оценки рукописи в издательствах различного профиля.
10. Основные навыки разработки концепции аппарата инновационного издательского проекта.
11. Методика разработки концепции издательского проекта литературнохудожественного сборника
12. Методика разработки концепции литературно-художественной серии.
13. Основные принципы и приемы ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательств и издательских проектов.
14. Основные принципы составления аннотаций книг
15. Методика продвижения издательств (и издательских проектов) в социальных медиа.
16. Основные принципы написания внутриздательских рецензий.
17. Методика разработки концепции электронного периодического издания.
18. Методика разработки концепции аппарата переводного издания.
19. Методические основы формирования концепции и общей модели издания.