

Из всего вышеописанного видно, что только литературным редактированием человеку такой профессии заниматься не приходится: эта профессия давно стала включать в себя массу навыков и умений, которые кажутся совершенно неожиданными для редактора.

УДК 655.4/.5:001.4

Студ. Трошко Е. С.

Науч. рук. зав. каф. РИТ, доц. Куликович В. И.  
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

### **ТЕРМИНЫ «ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО» И «ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»: РАЗЛИЧИЯ И СХОДСТВА**

**Введение.** Термины «издательское дело» и «издательская деятельность» в научной, научно-популярной и справочной литературе, к сожалению, не имеют общепринятых определений. В одних источниках, даже специализированных [1], они могут не упоминаться. В других же их значение не разграничивается. Например, в статье из Википедии читаем:

«Издательское дело – деятельность, отрасль экономики, специализирующаяся на подготовке, создании, издании (выпуске тиражом) и массовом распространении информации в печатной, музыкальной и других формах продукции.

Изначально издательское дело было связано с печатанием и распространением книг, журналов, брошюр, газет, буклетов, художественных альбомов, нотных изданий, визиток и открыток. С появлением цифровых информационных систем и Интернета масштабы издательской деятельности расширились и теперь включают электронные ресурсы, такие как электронные версии книг и периодических изданий, а также веб-сайты, блоги, справочные системы на электронных носителях, аудио-, видеодиски, кассеты, компьютерные игры» [2, 4, с. 103].

Задача статьи – установить основные сходства и различия, существующие в трактовках терминов «издательское дело» и «издательская деятельность». Материалом для исследования послужили энциклопедия «Книга» [3], «Википедия – свободная энциклопедия» [2], «Слоўнік выдавецкіх тэрмінаў» [1], учебное пособие «Я б в издательи пошел... Предпринимательство & издательское дело» [4], Российский гуманитарный энциклопедический словарь [5], «Энцыклапедыя літаратуры і мастацтва Беларусі» [9].

**Основная часть.** Под термином «издательское дело» на разных этапах развития общества понимали «вид деятельности» [10], «составную часть книжного дела» [5, с. 61], «отрасль культуры и производства» [4, с. 103; 9, с. 687], «отрасль экономики» [2; 4, с. 103], «комплекс мероприятий» [6], «сферу общественных отношений, которая сочетает в себе организационно-творческую и производственно-хозяйственную деятельность юридических и физических лиц» [7], «бизнес-процесс» [4, с. 104].

Термин «издательская деятельность» позиционируется как «организационно-творческая и производственно-хозяйственная деятельность» [8]; «подготовка и выпуск изданий любого вида» [11]; «дзейнасць па рэдакцыйна-выдавецкай падрыхтоўцы і выпуску ў свет друкаванага выдання» [6]; «совокупность организационных, творческих, производственных мероприятий» [7].

Как видим из представленных фрагментов определений, общего между терминами «издательское дело» и «издательская деятельность» нет. Издательское дело понимается гораздо шире, чем издательская деятельность. Именно эта мысль содержится в энциклопедии «Книга», где сказано: «...в российском книговедении под издательским делом по традиции понимается преимущественно книгоиздательское дело (или книгоиздание) как основная часть более общего понятия “книжное дело”... Издательское дело – один из самых надежных каналов движения социальной информации... С точки зрения экономической издательское дело представляет собой одну из форм предпринимательства, базирующуюся на началах книжного маркетинга» [3, с. 228].

Существует четыре подхода к пониманию и интерпретации составляющих термина «издательское дело». В соответствии с первым, издательское дело включает только основные творческие процессы создания книги: «формирование замысла произведения, поиск автора, написание рукописи, разработку и претворение в жизнь концепции издания, редактирование, художественное оформление и дизайн, обеспечение соответствующего полиграфического исполнения и наконец осуществление книжного маркетинга» [3, с. 228].

В соответствии со вторым, – как творческие, так и производственные процессы создания печатной продукции (не только книг): «падрыхтоўку, выпуск і распаўсюджванне кніг, часопісаў, газет, выяўленчых матэрыялаў і іншых відаў друкаванай прадукцыі» [9, с. 687]; «рэдакцыйна-выдавецкую падрыхтоўку, выраб, выпуск ў свет і распаўсюджванне друкаваных выданняў» [6].

Согласно третьему подходу, издательское дело включает организационно-административные, творческие и производственные процессы создания печатной продукции: «деятельность по созданию издательств и полиграфических предприятий, подготовке, изготовлению и выпуску печатной продукции» [8].

В соответствии с четвертым, более полным и детализированным, издательское дело включает творческие и производственные процессы по созданию произведений на печатных и электронных носителях: «разработку, приобретение прав, редактирование, графический дизайн, производство (печать и её электронные эквиваленты), а также маркетинг и распространение газет, журналов, книг, литературных произведений, музыкальных произведений, программного обеспечения других работ, касающихся информации, в том числе на электронных носителях» [10].

В понимании термина «издательская деятельность» также нет единого мнения. Одни исследователи (Б. В. Ленский) считают, что понятие «издательская деятельность» должно подразумевать производство и распространение лишь непериодических изданий [12], т. е. книг, брошюр и т. д. Другие полагают, что издательская деятельность включает процессы, сосредоточенные только внутри издательства, независимо от вида продукции: маркетинг, редакционная стадия, подготовка оригинал-макета, производственная стадия [4, с. 104]. Третьи убеждены, что классическая издательская деятельность осуществляет «все этапы создания полиграфической продукции – от создания издательского портфеля до возврата вложенных средств» [4, с. 104].

**Заключение.** Таким образом, термины «издательское дело» и «издательская деятельность» в научной литературе имеют определенные сходства и различия. Сходство заключается в том, что эти термины рассматриваются отдельными исследователями как полные синонимы. Это значит, ими называют весь процесс создания полиграфической продукции, состоящей из пяти этапов: 1) планирование издательского репертуара, определение прогнозируемого спроса (рынка); 2) приобретение (создание) произведения (авторских прав на произведение); 3) подготовка – создание оригинал-макета: редактирование, макетирование, художественное оформление, определение технических характеристик; 4) тиражирование книги; 5) возврат вложенных средств через каналы распространения [4, с. 104].

Основное отличие между этими терминами заключается в объемах выполняемой работы: деятельность включает только процессы,

осуществляемые внутри издательства, дело – весь комплекс мероприятий по созданию и продвижению издательской продукции.

Дефиниция термина «издательская деятельность» частично противоречит требованиям, предъявляемым к его определению. Она содержит во многих случаях «порочный круг». Это значит, что определяемое раскрывается через само себя – является тавтологичным: «выдавецкая дзейнасць – дзейнасць па рэдакцыйна-выдавецкай падрыхтоўцы і выпуску ў свет друкаванага выдання» [6].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Касько, У. К. Слоўнік выдавецкіх тэрмінаў / У. К. Касько. – Мінск: БДУ, 2012. – 130 с.
2. Издательское дело [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Издательское\\_дело](https://ru.wikipedia.org/wiki/Издательское_дело). Дата доступа: 20.03.2017.
3. Книга: энциклопедия / науч. изд-во "Большая российская энциклопедия", Всерос. кн. палата; гл. ред. В. М. Жарков. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1999. – 796, [3] с.
4. Симаков, С. П. Я б издатели пошел... Предпринимательство & издательское дело: Учебное пособие / С. П. Симаков; под ред. А. Ю. Казаковой; худож. Ю. С. Трубников. – Екатеринбург: Издательство Баско, 2013. – 416 с.
5. Российский гуманитарный энциклопедический словарь: РГЭС: в 3 т / [ред.: П. А. Клубков (гл. ред.) и др.] – М.: Гуманитар. изд. центр «Владос»; СПб: Филол. фак. С.-Петербур. гос. ун-та, 2002. – 27 см
6. Закон Рэспублікі Беларусь ад 29 снежня 2012 г. № 8-З «Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь», прыняты Палатай прадстаўнікоў 17 снежня 2012 года, адобраны Саветам Рэспублікі 20 снежня 2012 года [Электронный ресурс] / Закон Республики Беларусь "Об издательском деле". – Режим доступа: <http://www.mininform.gov.by/ru/regitr-ap-ru/>. Дата доступа: 20.03.2017.
7. Закон об издательском деле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consultant.parus.ua/?doc=004OMD14A7>. – Дата доступа: 13.04.2017.
8. Издательская деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://official.academic.ru/7705/Издательская\\_деятельность](http://official.academic.ru/7705/Издательская_деятельность). – Дата доступа: 13.04.2017.

9. Энцыклапедыя літаратуры і мастацтва Беларусі: у 5-ці т. Т. 1. А капэла – Габелен / рэдкал.: І. П. Шамякін (гал. рэд.) і інш. – Мінск: Беларус. Сав. Энцыклапедыя, 1984. – 727 с.

10. Общее понятие издательского дела [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.redaktoram.ru/articles1\\_view.php?id=12](http://www.redaktoram.ru/articles1_view.php?id=12). Дата доступа: 20.04.2017.

11. Издательская деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.redaktoram.ru/articles1\\_view.php?id=13](http://www.redaktoram.ru/articles1_view.php?id=13). Дата доступа: 20.04.2017.

12. Издательское дело в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.redaktoram.ru/articles1\\_view.php?id=9](http://www.redaktoram.ru/articles1_view.php?id=9). Дата доступа: 20.04.2017.

УДК 655.254.22

Студ. Матусевич Л. В.  
Науч. рук. асс. Ковалевская Н. И.  
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

### **ИНФОГРАФИКА ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ**

В эпоху бурного развития информационных технологий, стремительного роста объема информации необходимы поиски эффективных способов ее обработки и представления. Проблема понимания и анализа потоков информации – неотъемлемый компонент повседневной жизнедеятельности человека. Важнейшим условием успешного и точного понимания информации является простота ее изложения, адекватные содержанию информации языки и формы представления. Реклама, интернет, компьютерные технологии, СМИ формируют у человека новые способы восприятия информации.

Современное высшее образование стало абсолютно доступным, именно поэтому между ведущими вузами республики все больше заметна конкуренция. Работа с абитуриентами ведется на протяжении года, активно рекламируются новые специальности, проводятся Дни открытых дверей и выездные профориентационные мероприятия, создаются группы в социальных сетях и др. Для того чтобы привлечь самых способных и подготовленных абитуриентов, университеты вынуждены проводить рекламные кампании, содержащие не только презентации, но и раздачу информационных материалов.

Абитуриенту приходится сталкиваться с огромным объемом данных и знаний, запоминать их, исследовать и анализировать. С каждым