

УДК 655.4/.5:005.8

Д. П. Зылевiч

Беларускі дзяржаўны тэхналагiчны ўнiверсiтэт

КНИГА ЯК ПРАЕКТ У СУЧАСНАЙ ВЫДАВЕЦКАЙ ПРАКТЫЦЫ

Артыкул прысвечаны вызначэнню месца кнiгi ў выдавецкiм праекце, ахарактарызаваны ўмовы, пры якіх кнiга пазiцыянуецца як праект. Прыводзяцца варыянты тлумачэння тэрміна «выдавецкi праект». Вылучаны прыкметы бiзнес-мадэлі выдавецкага праекта: наяўнасць канкрэтнай мэты, унiкальнасць праектуемага выдання, абмежаванасць у часе i дакладнае вызначэнне рэсурсаў, якія выдавецтва гатова вылучыць на выпуск тыражу. Адзначаны адметнасцi рэдакцыйна-выдавецкай працы над кнiгай, якая выпускаецца ў межах праекта: тэкст пишуць спецыялісты ў пэўнай галiне; выдавецтва садзейнічае аўтарам у атрыманнi патрэбнай iнфармацыi i распрацоўвае аптымальны арыгiнал-макет; выпуск кнiгi суправаджаецца мерапрыемствамi, якія прама або ўскосна спрыяюць яе прасоўванню; праца над кнiгай асвятляецца шырокай грамадскасцi праз СМІ, iнфармацыю на афiцыйным сайце выдавецтва цi ў сацыяльных сетках.

Прыведзены прыклады кнiжных праектаў, прапанаваных беларускiмi выдавецтвамi ў апошнiя гады. Зроблены вывад аб тым, што не кожная кнiга з'яўляецца праектам, але кожнае выдавецтва павiнна iмкнуцца, каб у яго рэпертуары былі праекты. Праектная тэхналагiя дазваляе аптымальна выкарыстоўваць рэсурсы, атрымаваць рэзультат у азначаны тэрмін, аптымізуе дзейнасць выдавецтва i ўзмацняе яго iмiдж.

Ключавыя словы: выдавецкi праект, праектная дзейнасць, лiтаратурны праект, рэдакцыйна-выдавецкi працэс, выдавецкi рэпертуар, тыраж, дадрукоўка.

Для цытавання: Зылевiч Д. П. Кнiга як праект у сучаснай выдавецкай практыцы // Труды БГТУ. Сер. 4, Прынт- i медиатэхналогiи. 2022. № 2 (261). С. 99–104.

D. P. Zylevich

Belarusian State Technological University

BOOK AS PROJECT IN MODERN PUBLISHING PRACTICE

The article deals with the determining of a book place in a publishing project, and describes the conditions under which a book is positioned as a project. It contains the options of the definition of the term “publishing project”. Here the features of the publishing project's business model are highlighted: the presence of a specific goal, the uniqueness of the projected publication, time constraints, and specific amount of the resources that publishing house is ready to allocate for the print run. The article also indicates distinctive features of the editorial and publishing work on the book, which is being published within the framework of the project: the text is written by specialists in a particular field; the publishing house assists the authors in obtaining the necessary information and elaborates the original layout; the issue of the book is accompanied by events that contribute to its promotion; work on the book receives wide media coverage, and is highlighted through the official website and social networks. The examples of the book projects suggested by Belarusian publishing houses in recent years are also given in the article.

The findings suggest that not every book is a project, but every publisher should strive to have book projects in its array. Summing up the results, it can be concluded that the project technology enables to use the resources optimally and get the result within the specified time, streamlines the activities of the publishing house and strengthens its image.

Keywords: publishing project, project activity, literary project, editorial and publishing process, publishing repertoire, print run, second printing.

For citation: Zylevich D. P. Book as a project in modern publishing practice. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2022, no. 2 (261), pp. 99–104 (In Belarusian).

Уводзіны. За апошнiя дзесяцiгоддзi практыка кнiгавыдання значна змянiлася i працягвае мяняцца хуткiмi тэмпамi. Адышлi ў гiсторыю тая часы, калi выдавецтва засяроджвалася на якаснай падрыхтоўцы кнiгi да друку, калi кнiга амаль не мела канкурэнтаў, калi дзяржава фi-

нансавала кнiгавыданне. Сучасныя спецыялісты выдавецкай справы павiнны спрагназаваць попыт на выданне, спраектаваць аптымальную канцэпцыю, зрабiць арыгiнал-макет, увасобiць яго на электронным або папяровым носьбiце, наладзiць продаж атрыманага выдання, правесцi

мерапрыемствы па прасоўванні кнігі, своечасова атрымаць не толькі затрачаныя на падрыхтоўку выдання грошы, але і прыбытак...

У выдавецкай справе патрэбны спецыялісты з рознымі кампетэнцыямі, разнапланавыя дзеянні якіх курьіруе адзін чалавек. У лексікон аўтараў і выдаўцоў трывала ўвайшло слова «праект». Часта можна пачуць спалучэнне «літаратурны праект». Н. Н. Шлёмава піша, што «яно выкарыстоўваецца для абазначэння як камерцыйных праектаў – сэрыйных выданняў, разлічаных на масавы поспех і прыбытак, так і для намініравання спецыфічнай формы творчасці, якая характарызуецца сінтэтычнай прыродай, абумоўленай уключэннем у творчы працэс некалькіх чалавек...»¹ [1, с. 214].

Нярэдка ўжываецца і тэрміналагічнае спалучэнне «выдавецкі праект», пра які гаворка пойдзе ніжэй. Мэта дадзенага артыкула – ахарактарызаваць умовы, пры якіх кніга выступае выдавецкім праектам. Аб'ектам даследавання стала інфармацыя, прадстаўленая на афіцыйных сайтах выдавецтваў, у інтэрв'ю з кіраўнікамі выдавецкіх арганізацый, матэрыялах канферэнцый і іншых тэарэтычных крыніцах.

Асноўная частка. Агульнапрынятай фармулёўкі дэфініцыі «выдавецкі праект» пакуль не існуе, прывядзём два найбольш блізкія нам тлумачэнні:

✓ выдавецкі праект – гэта «інструмент арганізацыі рэдакцыйна-выдавецкага працэсу і выдавецкага рэпертуару ў цэлым, які дазваляе забяспечыць падрыхтоўку, выпуск і рэалізацыю выдання ва ўмовах актыўнага працэсу медыякамунікацый» [2, с. 74];

✓ «выдавецкі кніжны праект – гэта комплекс узаемазвязаных мерапрыемстваў, якія маюць сваёй мэтай выпуск і рэалізацыю адной ці больш кніг на працягу зададзенага перыяду часу пры ўстаноўленым бюджэце і ўстаноўленай якасці» [3, с. 40].

Праналізаваўшы шэраг азначэнняў, дадзеных тэрміну «выдавецкі праект» такімі даследчыкамі, як Л. Н. Бароніна [4], М. Е. Ганава [5], О. В. Клімава [6], Э. К. Мусеў [2], Б. В. Ленскі [7], Е. П. Шэметава [8] і інш., можна заўважыць, што ніхто са спецыялістаў не вызначыў выдавецкі праект як кнігу. Звычайна ідзе гаворка пра «комплекс мерапрыемстваў», «творчы працэс», «спосаб арганізацыі», «форму творчай ідэі» і г. д.

Зыходзячы з азначэнняў выдавецкага праекта, дадзеных спецыялістамі ў галіне тэорыі выдавецкай справы, мы вылучылі прыкметы бізнес-мадэлі выдавецкага праекта. Пералічым і ахарактарызуем гэтыя прыкметы.

1. Наяўнасць канкрэтнай, дакладна вызначанай мэты.

Разуменне мэты праекта – аснова для яго паспяховасці. Выдавец для сябе вызначае наступныя пытанні: для каго, што і навошта мы выпускаем? Гэтыя пытанні карэлююць з аўтарскай задумай, бо аўтар таксама для сябе дае на іх адказы. Аднак мэта выдаўца можа часткова не супадаць з мэтай аўтара, і выдавец павінен больш канкрэтна, «матэрыялізавана» ўяўляць вынік сваёй працы. Для гэтага спецыялісты выдавецкай справы аналізуюць фактары, якія могуць спрыяць запатрабаванасці ў кнізе, вызначаюць насычанасць рынку падобнай літаратурай, адметнасці і кошт ужо выдадзеных кніг. Гэтая інфармацыя дазволіць прыняць рашэнне аб мэтазгоднасці выдання, вызначыцца з чытацкім адрасам і асаблівасцямі канцэпцыі.

2. Унікальнасць, непаўторнасць кнігі.

Б. В. Ленскі адзначае: «Кожная кніга, што выпускаецца, нават звычайнае перавыданне, з'яўляецца, па сутнасці, новым праектам, вытворчэканамічнай рэальнасцю, новым творчым рашэннем і новым маркетынгам» [7, с. 23]. Зыходзячы з гэтага, любая кніга можа называцца праектам, бо пры агульнай схеме рэдакцыйна-выдавецкага працэсу праца над кожным выданнем мае свае адметнасці, абумоўленыя асаблівасцямі твора, канцэпцыі выдання, мастацкага афармлення, паліграфічнага выканання, тэхналогіі прасоўвання і г. д.

Кожны праект – гэта нешта адметнае, непаўторнае, гэта праца, якая мае пачатак і канец і ў выніку прадстаўляе канкрэтны рэзультат. Аднак часта бывае так, што ў працэсе працы над адным праектам нараджаецца ідэя іншага. І, маючы вопыт прадуктыўнай працы, выдавецтва смялей бярэцца за яго рэалізацыю.

3. Абмежаванасць у часе.

Для праектнай дзейнасці ўласціва канкрэтнае вызначэнне тэрмінаў выканання. Праект не можа доўжыцца бясконца. Сучаснасць вымушае выдаўцоў скарачаць тэрміны працы над кнігай. Падрыхтоўка кнігі, якая цягнецца гадамі, прывядзе да таго, што выданне стане неактуальным, бо з'явіцца новыя кнігі, змяняцца сацыяльна-эканамічныя ўмовы, вырасце кошт матэрыялаў і паслуг і інш.

«Самая слабая частка выдавецкага бізнесу, – піша генеральны дырэктар выдавецтва «Альпіна Паблішэр» Аляксей Ільін, – гэта замарожаныя грошы: у вытворчасці, у запасах, у дэбіторскай запазычанасці. У нас грошы дзесьці ёсць, але дакладна не на рахунку» [9].

Кніжная індустрыя імкнецца зніжаць хуткасць звароту сродкаў, скарачаць страты, а для гэтага нельга, каб рукапісы ляжалі гадамі, пакуль прымуць рашэнне аб мэтазгоднасці ці немэтазгоднасці іх выдання. Доўгатэрміновае планаванне неактуальна. На пытанне студэнтаў аб

¹ Тут і далей пераклад з рускай мовы наш – Д. З.

тым, колькі часу доўжыўся самы кароткі выдавецкі праект, намеснік дырэктара выдавецтва «Аверсэв» Ганна Латушкіна адказала: паўтара месяцы, пры гэтым найчасцей ад нараджэння ідэі да яе рэалізацыі праходзіць 3–5 месяцаў.

Бывае, што ў канцы работы над кнігай святляецца, што яна страціла актуальнасць, тады выдавецтву трэба прыняць рашэнне аб яе далейшым лёсе. Іншым разам эканамічна больш выгадна заплаціць супрацоўнікам за працу і пакласці выданне ў архіў, чым траціць час і сродкі на яго рэалізацыю.

4. Абмежаванасць рэсурсаў.

Маюцца на ўвазе і працоўныя, і фінансавыя рэсурсы. У працы над праектам задзейнічаны канкрэтныя супрацоўнікі, адпаведнае абсталяванне. На праект прадугледжваюцца пэўныя сродкі.

Выдавецтва супастаўляе магчымасці патэнцыйных пакупнікоў з коштам выдання. Выданне праектуецца такім чынам, каб яго кошт быў адэкватны. Дарагімі могуць быць падаруначныя выданні. Танымі звычайна выпускаюць дадатковую вучэбную літаратуру, масавую літаратуру, інакш кажучы, тое, што не прадугледжвае шматгадовага карыстання. Некаторыя выдавецтвы сёння адну і тую ж кнігу выпускаюць у розных фарматах з розным коштам. Напрыклад, беларускае выдавецтва «Рэгістр» большасць сваіх літаратурна-мастацкіх выданняў прапануе ў трох варыянтах: у электронным фармаце і ў выглядзе папяровай кнігі з мяккай ці цвёрдай вокладкай.

Сяргей Турко, галоўны рэдактар расійскага выдавецтва «Альпіна Паблішэр», адзначае, што прыярытэты бізнес-працэс для выдавецтва – гэта своечасовая дадрукоўка кніг, якія паказалі добрыя вынікі. Першы тыраж – гэта тэст рынку. Затым маніторынг пунктаў продажу дазваляе прыняць рашэнне аб неабходнасці дадрукоўкі тыражу. «Націснуўшы пару кропак, кнігу можна адправіць у тыпаграфію» [10].

Пра аналагічны падыход да вызначэння тыражу расказвалі ў выдавецтве «Логвінаў» яшчэ ў 2016 годзе: «...цяпер усё больш папулярным становіцца друк кнігі па патрабаванні – так у асноўным працуе наша выдавецтва. Няма фіксаванага тыражу, выдаецца неабходны мінімум кнігі, а потым бясконца дадрукоўваецца. Гэта ратуе ад высокай фінансавай рызыкі ва ўмовах нізкіх продажаў і дазваляе ўсё ж выдаваць важныя, але нетыражныя кнігі» [11].

Такім чынам, яшчэ раз пералічым прыкметы працы над кнігай, якая выпускаецца ў межах праекта: наяўнасць канкрэтнай мэты, унікальнасць праектуемага выдання, абмежаванасць у часе і дакладнае вызначэнне рэсурсаў, якія выдавецтва гатова вылучыць на выпуск тыражу. Пры гэтым звычайна ў рэдакцыйна-выдавецкай працы назіраюцца наступныя адметнасці:

✓ да напісання кнігі далучаюцца або пішуць яе самастойна спецыялісты ў пэўнай сферы;

✓ выдавецтва са свайго боку садзейнічае прыцягненню адпаведных спецыялістаў (пры неабходнасці) і распрацоўвае аптымальную форму (арыгінал-макет) для падрыхтаванага кантэнта;

✓ выпуск такой кнігі суправаджаецца пэўнымі мерапрыемствамі, якія прама ці ўскосна садзейнічаюць яе прасоўванню;

✓ праца над праектам асвятляецца масавай аўдыторыяй праз сайт выдавецтва, старонкі ў сацыяльных сетках, журналісцкія матэрыялы ў перыёдыцы.

Думаецца, што кнігі, падрыхтаваныя выдавецтвамі ў такіх умовах, найчасцей і называюць праектамі. Гэта не проста кнігі, а кнігі-праекты, на працу над імі было затрачана больш намаганняў, рэсурсаў. І выдавецтва плануе атрымаць больш дывідэнтаў, чым ад звычайнай кнігі. Маюцца на ўвазе не толькі фінансы. Напрыклад, выхад кнігі можа садзейнічаць прыцягненню ўвагі дзяржаўных устаноў і далейшай падтрымцы з іх боку ці можа выклікаць прыхільнасць патэнцыйных чытачоў. Праект можа быць сацыяльна значным і «працаваць» на імідж выдавецтва.

Прыклад з практыкі выдавецтва «Народная асвета». У 2021 годзе яно выпусціла чарговую кнігу Ліны Багданавай «Атас!!! Все дома!!!». Кніга для дзяцей сярэдняга школьнага ўзросту працягнула серыю «В контакте», якая заснавана «Народнай асветай» у 2017 годзе і прапануе ўжо дзевяць кніг Ліны Багданавай. Выпуск кожнай з іх суправаджаецца шэрагам мерапрыемстваў, у якіх актыўна задзейнічаны аўтар. Так, у лістападзе 2021 года была арганізавана работа II Літаратурнай ІР-лабараторыі аўтара «Чытаем з задавальненнем. Чытаем з карысцю». Гэта інклюзіўны праект з дадатковай рэальнасцю, мэтай якога – папулярываць серыю «В контакте» сярод падлеткаў, актуалізаваць яе фарматы і змест праз сеткавае ўзаемадзеянне дзяцей і дарослых ва ўмовах ІР-Virtual Platform.

7 снежня 2021 года ў межах працы ІР-лабараторыі аўтара адбылася ZOOM-сустрэча з Лінай Багданавай. Падчас сустрэчы ўдзельнікі прачыталі некалькі апавяданняў са зборніка «Атас!!! Все дома!!!», выканалі прапанаваныя аўтарам заданні, для якіх загадзя трэба было падрыхтаваць паперу, алоўкі і тры прадметы, якія сімвалізуюць сям'ю. Затым адбылося абмеркаванне апавяданняў, удзельнікі дзяліліся ўласным вопытам чытання і прапанавалі аўтару новыя тэмы для напісання захапляльных кніг.

Паралельна педагогі і вучні спецыяльнай школы-інтэрната № 8 упраўлення адукацыі Карагандзінскай вобласці (Казахстан) правялі сапраўдны майстар-клас па рабоце са зборнікам «Атас!!! Все дома!!!».

Такім чынам, функцыянаванне II Літаратурнай IP-лабараторыі Ліны Багданавай «Чытаем з задавальненнем. Чытаем з карысцю» – гэта маштабны міжнародны праект выдавецтва «Народная асвета», якое аказвала інфармацыйную падтрымку ZOOM-сустрэчы і ўсіх этапаў работы літаратурнай лабараторыі, а таксама міжнароднага грамадскага аб'яднання Inclusive Practices і, безумоўна, таленавітага беларускага аўтара Ліны Багданавай.

Зборнік апавяданняў «Атас!!! Все дома!!!» стаў часткай двух праектаў – аўтарскай серыі кніг «В контакте» і літаратурнай IP-лабараторыі Ліны Багданавай.

Дарэчы, многія выдавецтвы пазіцыянуюць свае серыі як праекты. У адным інтэрв'ю з дырэктарам выдавецтва «Мастацкая літаратура» Алесем Бадаком Людміла Рублеўская спытала: «Як вы ставіцеся да трэнда часу, калі замест “кніга” гавораць “праект”?» Алясь Мікалаевіч адказаў: «Я і сам прывык казаць “праект”, калі гэта тычыцца цэлай серыі» [12].

Якія яшчэ кнігі-праекты прапануюць беларускія выдавецтвы ў апошнія гады? Прывядзем іншыя прыклады.

Выдавецкія праекты для краязнаўцаў, экскурсаводаў і турыстаў сістэматычна разам з пэўнымі спецыялістамі стварае выдавецтва «Беларусь» (альбом фотамастака Анатоля Кляшчука «Пад небам Беларусі», кніга Анатоля Федарука «Старинные усадьбы Гродненщины»), выходзяць такія кнігі звычайна на трох мовах – рускай, беларускай, англійскай.

Сумесным праектам гэтага ж выдавецтва з Нацыянальным мастацкім музеем з'яўляецца серыя «Славуцкія мастакі з Беларусі». У 2021 годзе выйшлі кнігі «Графика. Александра Последович (1918–1988)» К. Калянкевіч, «Михаил Чепик (1925–2000)» Н. Усавай, «Исаак Боровский (1921–1991)» М. Цыбульскага і «Аким Шевченко (1902–1980)» дырэктара музея У. Пракапцова.

Цікавасць прадстаўляе гісторыка-культурны праект мінскага выдавецтва «Рэнесанс-Паблішынг» і даследчыка беларускай кухні Алеся Белага «Белорусская кухня. Гастрономический путеводитель». Гэта зборнік нарысаў пра 39 беларускіх страў і прадуктаў і восем напояў. Задума аўтара – ліквідаваць белыя плямы ў беларускай гастронамічнай культуры і пазнаёміць чытачоў з месцамі, дзе нашы нацыянальныя стравы можна сёння пакаштаваць.

Выдавецтва «Беларуская энцыклапедыя імя Петруся Броўкі» да 75-годдзя Вялікай Перамогі рэалізавала праект «Беларусь помнит. Во имя жизни и мира», у межах якога выйшла чатыры ўнікальныя выданні, у тым ліку «Савецкія святы і партызанскія парады на тэрыторыі Беларусі ў гады Вялікай Айчыннай вайны» (аўтар А. М. Літвін), «Беларусь партизанская». Ілюстраванная

энцыклапедыя партызанскага движения в Беларуси в годы Великой Отечественной войны», «Нельзя забыть. Нельзя понять. Нельзя оправдать. Иллюстрированная энциклопедия сожженных деревень Беларуси в годы Великой Отечественной войны», «Созвездие героев земли белорусской» (аўтар Б. Д. Далгатовіч).

Выдавецтва «Мастацкая літаратура» прапанавала праект для дзяцей і падлеткаў – серыю з дзесяці кніг з цікавымі звесткамі пра Беларусь і адказаў на пытанні пра краіну – «100 пытанняў пра Беларусь». У серыі выходзяць прыгожа ілюстраваныя кнігі розных аўтараў: «10 пытанняў пра беларусаў», «10 пытанняў пра нашых славуцкіх гістарычных асоб», «10 пытанняў пра беларускія гарады і вёскі», «10 пытанняў пра беларускія рэкі і азёры», «10 пытанняў пра звяроў» і г. д.

Гэтае ж выдавецтва сумесна з Нацыянальным мастацкім музеем прапанавала серыю кніг «Сто вершаў», якая таксама заяўлена як праект. Серыя ўяўляе сабой аўтарскія томікі, якія складаюцца менавіта са ста вершаў, упрыгожаныя работамі знакамітых айчынных мастакоў. Так выйшлі ўжо, напрыклад, вершы Міхася Стральцова, Яўгеніі Янішчыц, Пімена Панчанкі, Генадзя Бураўкіна і інш.

Сёння спецыялісты вылучаюць такі від выдавецкіх праектаў, як інавацыйны. Пад ім маецца на ўвазе рэалізацыя крэатыўнай выдавецкай канцэпцыі інавацыйнымі метадамі. Шматлікія выданні з дапоўненай рэальнасцю сёння наўрад ці можна назваць інавацыйнымі праектамі. «Асноўнымі рысамі такога праекта з'яўляюцца інтэрактыўнасць, універсальнасць, арыгінальнасць, мабільнасць і, у канцы канцоў, прыбытковасць» [2, с. 75]. Прыкладам такога праекта можа стаць брэнд Inspiriga, выведзены на кніжны рынак расійскім выдавецтвам «Эксмо» ў 2021 годзе. Кніга стала носьбітам медыякантэнта. І ў электроннай, і ў папяровай версіі яна змяшчае вялікую колькасць дадатковага матэрыялу: відэа з аўтарам, артыкулы, плэйлісты, шпалеры для тэлефона, падкасты і інш. [10].

І напрыканцы адзначым, што кніга не заўсёды выходзіць у межах выдавецкага або літаратурнага праекта. Праект можа быць, напрыклад, культуралагічным або сацыяльным. Ён можа ініцыявацца аўтарам або арганізацыяй. У такім выпадку выдавецтва далучаецца да праекта. Так, дзве нашы вядомыя зямлячкі Марта Чарнова і Марыя Чаракова з 2014 года вялі блог пра беларускую адметнасць. А ў 2015 годзе звярнуліся ў выдавецтва «Харвест» з ідэяй выдаць па матэрыялах блога кнігу «Гэта Беларусь, дзетка». Выдавецтва ідэю падтрымала, і ў хуткім часе кніга пабачыла свет, а за некалькі гадоў стала сапраўдным бестселерам.

У межах праекта пад назвай «Heta Belarus, dzetka» тыя ж аўтары выпусцілі яшчэ некалькі

кнiг – «Мiкалай i птушыная нечаканасць», «Смелая дзяўчынка». Яны набылі вядомасць i змаглі рэалізавацца дзякуючы краўдфандынгу. Усе выданні з паралельным тэкстам (беларускім i англійскім) аб'яднаны лагатыпам праекта, у прадмове маюць спасылку на яго i падкрэсліваюць яго мiсiю – папулярызацыя Беларусі i беларускай мовы. Такім чынам, названыя кнiгі самі па сабе не праекты, яны з'яўляюцца часткай аўтарскага праекта, які працягваецца i сёння.

Заклучэнне. Сучаснае кнiгавыданне – гэта бізнес, а бізнес заўсёды адфільтроўвае тэхналогіі, якія дэманструюць эканамічную неэфектыўнасць, інакш ён губляе прыбытак. У выдавецкім бізнесе сёння актыўна выкарыстоўваецца праектная тэхналогія. Яна дазваляе аптымальна

задзейнічаць рэсурсы, якія ёсць, i атрымліваць вынік у вызначаны тэрмін.

Не кожная кнiга з'яўляецца праектам. Найчасцей кнiга з'яўляецца часткай праекта – аўтарскага, выдавецкага, сацыяльнага, культуралагічнага i інш. Яна выступае адным з этапаў маштабнай дзейнасці, накіраванай на рэалізацыю пэўнай мэты. Аднак не рэдкасць, калі кнiга з'яўляецца самастойным праектам. I ў рэпертуары кожнага выдавецтва сёння павінны быць кнiжныя праекты. На сустрэчы са студэнтамі намеснік дырэктара выдавецтва «Аверсэв» Ганна Латушкіна сказала, што ў іх выдавецтве любая кнiга – гэта праект. Так выдавецтва падкрэслівае сур'ёзнае стаўленне да кожнага рукапісу, над пераўтварэннем якога ў выданне працуе каманда спецыялістаў.

Спіс літаратуры

1. Шлемова Н. Н. Книги А. Бильжо как литературные проекты // Уральский филологический вестник. 2015. № 2. С. 214–221.
2. Мусаев Э. К., Тангелов П. И. Издательский проект как форма реализации творческой идеи в медиакommunikativном пространстве // МедиаВектор. 2022. № 4. С. 74–78.
3. Ганова М. Е. Особенности разработки издательского проекта для детей дошкольного возраста // CYBERLENINKA. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razrabotki-izdatelskogo-proekta-dlya-detey-doshkolnogovozrasta> (дата обращения: 10.07.2022).
4. Боронина Л. Н., Сенук З. В. Основы управления проектами: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 112 с.
5. Ганова М. Е. Издательский проект в современном отечественном книгоиздании: типология, особенности моделирования: дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 260 с.
6. Климова О. В. Современное издательское дело: опыт редактора: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 132 с.
7. Ленский Б. В. Основные факторы становления и развития книгоиздательской системы современной России: книговедческие аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГУП, 2001. 92 с.
8. Шеметова Е. П. Управление издательскими проектами // Вузовская книга в Сибири: проблемы повышения качества научно-методического обеспечения учебного процесса в высшей школе: тез. докл. Межрег. науч.-практ. конф., 2–5 марта 2004 г. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2004. 80 с.
9. Издательские технологии и бизнес-модели в условиях цифровой трансформации книжного рынка // Университетская книга. URL: <http://www.unkniga.ru/ostraya-tema/11441-izdatelskie-tehnologii-i-biznes-modeli-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii.html> (дата обращения 11.07.2022).
10. Издательские стратегии – 2021: инвестиции в контент и нестандартный бизнес // Университетская книга. URL: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/12344-izdatelskie-strategii-2021-investitsii-v-kontent-i-nestandardniy-brening.html> (дата обращения: 11.07.2022).
11. Это не продается: есть ли у белорусской литературы шанс на бестселлер // Новостное агентство Sputnik. URL: <https://sputnik.by/20160331/1021369374.html> (дата обращения: 11.07.2022).
12. Рублевская Л. И. В издательстве «Мастацкая літаратура» ищут таланты // СБ – Беларусь сегодня. URL: <https://www.google.com/amp/s/www.sb.by/articles/knizhkin-dom-10032017.html%3famp=1> (дата обращения: 11.07.2022).

References

1. Shlemova N. N. Books by A. Biljo as literary projects. *Ural'skiy filologicheskiy vestnik* [Ural Philological Bulletin], 2015, no. 2, pp. 214–221 (In Russian).
2. Musaev E. K., Tangelov P. I. Publishing project as a form of realization of creative idea in media communication space. *MediaVektor* [MediaVector], 2022, no. 4, pp. 74–78 (In Russian).
3. Ganova M. E. Features of the development of a publishing project for preschool children. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razrabotki-izdatelskogo-proekta-dlya-detey-doshkolnogovozrasta> (accessed 10.07.2022) (In Russian).
4. Boronina L. N., Senuk Z. V. *Osnovy upravleniya proektami: ucheb. posobie* [Basics of project management: tutorial]. Ekaterinburg, Publ. House of the Ural. Un-ty, 2015. 112 p. (In Russian).

5. Ganova M. E. *Izdatel'skiy proekt v sovremennom otechestvennom knigoizdanii: tipologiya, osobennosti modelirovaniya. Dissertatsiya kandidata filologicheskikh nauk* [Publishing project in modern domestic book publishing: typology, modeling features. Dissertation PhD (Philology). Moscow, 2015. 260 p. (In Russian).
6. Klimova O. V. *Sovremennoe izdatel'skoe delo: opyt redaktora: ucheb. posobie* [Modern publishing: editor's experience: tutorials]. Ekaterinburg, Publ. House of the Ural. Un-ty, 2019. 132 p. (In Russian).
7. Lenskiy B. V. *Osnovnye faktory stanovleniya i razvitiya knigoizdatel'skoy sistemy sovremennoy Rossii: knigovedcheskie aspekty. Dissertatsiya doktora filologicheskikh nauk* [The main factors of the formation and development of the book publishing system of modern Russia: book-publishing aspects. Dissertation DSc (Philology)]. Moscow, 2001. 92 p. (In Russian).
8. Shemetova E. P. Publishing project management. *Vuzovskaya kniga v Sibiri: problemy povysheniya kachestva nauchno-metodicheskogo obespecheniya uchebnogo protsessa v vysshey shkole: tez. dokl. Mezhhreg. nauch.-prakt. konf.* [University book in Siberia: problems of improving the quality of scientific and methodological support of the educational process in higher education: theses of reports of interregional scientific-practical conference]. Novosibirsk, NSTU Publ. House, 2004. 80 p. (In Russian).
9. Publishing technologies and business models in the face of digital transformation of the book market. Available at: <http://www.unkniga.ru/ostraya-tema/11441-izdatelskie-tehnologii-i-biznes-modeli-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii.html> (accessed 11.07.2022) (In Russian).
10. Publishing strategies-2021: investments in content and non-standard business. Available at: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/12344-izdatelskie-strategii-2021-investitsii-v-kontent-i-nestandartniy-breeding.html> (accessed 11.07.2022) (In Russian).
11. This is not for sale: does Belarusian literature have a chance for a bestseller. Available at: <https://sputnik.by/20160331/1021369374.html> (accessed 11.07.2022) (In Russian).
12. Rublevskaya L. I. Mastatskaya literaturnaya izdatel'skaya firma is looking for talents. Available at: <https://www.google.com/amp/s/www.sb.by/articles/knizhkin-dom-10032017.html%3famp=1> (accessed 11.07.2022) (In Russian).

Інфармацыя пра аўтара

Зылевiч Дзiна Паўлаўна – кандыдат фiлалагiчных навук, дацэнт, дацэнт кафедры рэдакцыйна-выдавецкiх тэхналогiй. Беларускi дзяржаўны тэхналагiчны ўнiверсiтэт (220006, г. Мiнск, вул. Свядлова, 13а, Рэспублiка Беларусь). E-mail: din-a@tut.by

Information about the author

Zylevich Dina Pavlovna – PhD (Philology), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Editing and Publishing Technologie. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: din-a@tut.by

Пасмынiў 18.07.2022