# Экономика и организация издательского дела: краткий курс

1. Нормативно-правовая база издательской деятельности

1.1. Законы и подзаконные акты

Нормативно-правовая база книгоиздания включает в себя законы и подзаконные акты, регулирующие отношения между всеми участниками издательского дела.

Основными из них являются:

Закон Российской Федерации "Об авторском праве и смежных правах" от 9 июля 1993 г. № 2124-1 (в редакции от 19.07.95 г.);

Федеральный закон Российской Федерации "Об обязательном экземпляре документов" от 29 декабря 1994 г. № 77-ФЗ;

"Временное положение об издательской деятельности в РСФСР", утверждено постановлением Совета Министров РСФСР от 17 апреля 1991 г. № 211;

Вопросы компетенции Федерального закона Российской Федерации "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации" от 1 декабря 1995 г. № 191-ФЗ (за истечением срока действия) решаются Гражданским и Налоговым кодексами;

Издательская деятельность на территории Российской Федерации регулируется "Временным положением об издательской деятельности в РСФСР". Оно определяет основные понятия, связанные с такого рода деятельностью, порядок образования издательства, его права, обязанности и ответственность.

Временное положение подтверждает недопустимость цензуры, устанавливает, что право на издательскую деятельность принадлежит помимо юридических лиц также гражданам, достигшим 18 лет, фиксирует недопустимость использования издательской деятельности для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, призыва к насильственным свержению и изменению существующего государственного и общественного строя, пропаганды войны, насилия и жестокости, расовой, национальной, религиозной, атеистической исключительности или нетерпимости, распространения порнографии, а также в целях совершения иных уголовно наказуемых деяний.

Запрещается использование издательской деятельности для вмешательства в личную жизнь граждан, посягательства на их честь и достоинство.

В соответствии с Временным положением издательская деятельность могла осуществляться только после получения лицензии. В дальнейшем вопросы лицензирования получили развитие в законе Российской Федерации "О лицензировании отдельных видов деятельности", к которым относилась и издательская деятельность. С февраля 2002 года издательская и полиграфическая деятельность исключены из числа лицензируемых видов деятельности.

Законодательство Российской Федерации в области средств массовой информации и книгоиздания в переходный к рынку период обеспечивало не только выживание, но и некоторое развитие отрасли.

1.2. Стандарты в издательском деле

По определению, стандарт - нормативно-технический документ, устанавливающий требования к группам однородной продукции (в некоторых случаях и к конкретной продукции), правила ее разработки, производства и применения.

По сфере действия стандарты могут быть государственными (ГОСТ), отраслевыми (ОСТ) и республиканскими (РСТ). Нас интересуют первые две группы стандартов, применяемые в книгоиздании.

Из числа действующих стандартов, регламентирующих издательскую деятельность, назовем некоторые:

ГОСТ 7.60-90. Издания. Основные виды. Термины и определения. (После принятия стандарта отрасли ОСТ 20.130-97 "Издания. Термины и определения" готовятся изменения);

ГОСТ 7.4-95. Издания. Выходные сведения;

ГОСТ 7.9-95. Реферат и аннотация. Общие требования;

ГОСТ 7.12-93. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила;

ГОСТ 7.62-90. Знаки для разметки оригиналов и исправления корректурных и пробных оттисков. Общие требования;

ГОСТ 7.21-80. Учебники и учебные пособия для 1-10-х классов общеобразовательной школы. Издательское оформление и полиграфическое исполнение. Технические условия;

ГОСТ 7.53-86. Издания. Международная стандартная нумерация книг;

ГОСТ 5773-90. Издания книжные и журнальные. Форматы;

ГОСТ 132-78. Бумага для печати. Размеры;

ГОСТ 29.115-88. Оригиналы авторские и текстовые издательские. Общие технические требования;

ГОСТ 29.124-94. Издания книжные. Общие технические условия;

ГОСТ 29.127-96. Издания книжные для детей. Общие технические условия;

ГОСТ 29.76-87. Оригинал-макет для полиграфического репродуцирования. Общие технические требования.

Стандарты охватывают самые разные стороны издательской и полиграфической практики.

Действующая система стандартов в области издательского дела является серьезной основой для повышения качества издательской продукции.

2. Бумага и переплетные материалы

2.1. Бумага

Упрощенно бумагу для книг можно разделить на две категории: бумага без покрытия для текста и бумага с покрытием для печати однокрасочных и цветных изображений.

Одна из основных характеристик бумаги - масса одного квадратного метра. Значения этой характеристики для книгопечатания находятся в пределах 25-150 г/м2

Далее следует учитывать толщину бумаги или ее калибр. Для разных по типу изданий выбирается бумага своего калибра.

Оттенок бумаги - белизна - может быть ярко-белым, сероватым, кремовым и так далее.

Далее следует учитывать потребности печати. Сплошной текст и штриховые рисунки могут быть напечатаны на бумаге с шероховатой поверхностью, но полутоновые или цветные рисунки требуют гладкой бумаги с твердой поверхностью - суперкаландрированной или мелованной. Если используется бумага с покрытием, то необходимо решить, какое покрытие использовать: матовое или глянцевое.

Каландрированная бумага, или глазированная бумага, - бумага высокой степени гладкости, достигнутой благодаря тому, что изготовленную на бумагоделательной машине бумагу пропускают через суперкаландр, состоящий из большого числа валов (полированных чугунных и бумажных набивных), выглаживающих бумажную поверхность.

Бумагу без покрытия можно разделить на следующие категории:

- механического помола;

- книжная бумага (отбеленная бумага механического помола, бумага с частичным механическим помолом, бумага без древесной массы);

- бумага для офсетной печати (с частичным механическим помолом, со специальной структурой, без древесной массы);

- бумага для художественных изданий.

Бумага с покрытием имеет плотность покрытия не менее 3, 7 г/м2 на каждую сторону. Основа, то есть бумага под покрытием может быть различной: от дешевой с механическим помолом до дорогой, не содержащей частиц древесины.

На практике основная проблема состоит в выборе между бумагой с матовым покрытием и бумагой с глянцевым покрытием.

Качество бумаги оценивается стандартными техническими показателями, характеризующими ее потребительские и печатно-технологические свойства.

Нормативы массы 1 м2 печатной бумаги изменяются от 50 до 240 г. в соответствии с ГОСТом 13199.

Толщина нормируется для бумаги с покрытием. Для остального ассортимента нормируется плотность. И толщина и плотность оцениваются по ГОСТу 27015.

Есть еще такие важные показатели, характеризующие качество бумаги, как гладкость, прочность бумаги на разрыв, прочность бумаги на излом, которые учитываются при выборе бумаги при использовании тех или иных полиграфических технологий.

Четыре фактора определяют выбор бумаги для книги: характер издания, категория читателя, технология полиграфического процесса, способ доставки потребителю.

Для определения количества бумаги на издание необходимы следующие исходные данные:

- масса 1 м2 бумаги, на которой предполагается выпускать книгу;

- формат книги;

- объем книги в печатных листах;

- тираж издания;

- нормы отходов бумаги на технологические нужды полиграфического производства.

Нормы отходов бумаги можно найти в книге "Нормы отходов бумаги на технологические нужды производства" (М., 1987).

При выборе бумаги на обложку необходимо руководствоваться назначением обложечной бумаги по ГОСТу 20.283 "Бумага обложечная. Технические условия".

2.2. Переплетные материалы

В соответствии с основным назначением переплетов - предохранять блоки от повреждения - все покровные материалы должны обладать механической прочностью на разрыв, надрыв, истирание, выдерживать многократные изгибы.

Материалы на тканевой основе: на основе хлопчатобумажных, шелковых и штапельных тканей (например, коленкор - материал из окрашенной или неокрашенной хлопчатобумажной ткани, на поверхность которой нанесен грунт из крахмального клея, каолина (наполнителя) и пигмента).

Материалы на бумажной основе: бумвинил, ледерин и так далее.

Переплетный картон. Картон бывает монолитным и состоящим из нескольких склеенных между собой слоев. Благодаря пористости он легко поддается тиснению.

Материалы для отделки переплетов: полиграфическая фольга, полимерные пленки для припрессовки.

Способы отделки переплетов: лакирование, припрессовка полимерной пленки, тиснение, печатание переплетными красками.

3. Печать

3.1. Выбор способа печати

При всем многообразии выпускаемой издательствами печатной продукции способов печати, которые активно используются в книгоиздании, не так много. Для большей части изданий листовая или рулонная офсетная печать является едва ли не единственно возможной.

Для печати небольших тиражей можно использовать электростатическую печать, которая предусматривает использование лазерных принтеров или ксерографических машин для производства множества копий.

Другие способы печати, такие, как глубокая и трафаретная печать используются достаточно редко. Хотя, например, глубокая печать позволяет получить очень хорошее качество при печати альбомов с репродукциями, а трафаретная печать хороша для цветной печати на переплетных крышках.

3.2. Виды печати

3.2.1. Высокая печать

Высокая печать - это такой вид печати, при котором изображение передается на бумагу или другой материал рельефными и лежащими в одной плоскости печатными элементами формы, а пробельные элементы углублены на различную величину, зависящую от расстояния между печатающими элементами.

Высокая печать на ротационных печатных машинах с применением неметаллических рельефных печатных форм используется для текстовых изданий с большим тиражом.

В традиционной ротационной высокой печати применяются рулонные однокрасочные или двухкрасочные высокопроизводительные машины, на выходе которых получают сфальцованные тетради.

К достоинствам высокой печати следует отнести возможность получения насыщенных и четких оттисков, использование для печати дешевых сортов бумаги и дешевых красок. К недостаткам - низкое качество полутоновых изображений и длительное время подготовки машин к печатанию (1-8, 4 часа).

3.2.2. Офсетная печать

Офсетная печать - способ плоской печати, при котором краска с печатной формы передается на промежуточную эластичную поверхность - покрытие офсетного передаточного цилиндра, а с нее на бумагу или другой запечатываемый материал. Печатание производится на листовых или рулонных, одно- и многокрасочных машинах.

При офсетной печати печатающие и пробельные элементы формы лежат практически в одной плоскости и обладают разными физико-химическими свойствами (пробельные хорошо воспринимают влагу и отталкивают краску, печатающие - наоборот).

Листовые офсетные печатные машины хорошо подходят для однокрасочных и многокрасочных изданий при их среднем тираже, а также при печати книг нестандартного формата.

Рулонные офсетные машины используются для печати изданий с большим тиражом и, в особенности, для многотиражной цветной печати. Эти машины осуществляют не только печать, но и фальцовку листов. Конечным продуктом для всех рулонных офсетных машин являются сфальцованные тетради, готовые к подборке и переплету.

К достоинствам офсетной печати относятся меньшее по сравнению с высокой печатью время на изготовление печатной формы и почти втрое меньшее время на подготовку машины к печати, возможность получения многокрасочного оттиска за один прогон. К недостаткам - меньшая, чем при высокой печати насыщенность оттиска, необходимость использования дорогих (офсетных) сортов бумаги и красок.

3.2.3. Глубокая печать

Глубокая печать - это вид печати, при котором изображение передается на бумагу или другой материал углубленными печатающими элементами формы, а пробельной является полированная металлическая поверхность.

К достоинствам глубокой печати относятся: значительные (почти в 4 раза больше чем при высокой и офсетной печати) площади запечатываемого материала; малое время подготовки машин к печатанию; высокая насыщенность красочного слоя; высокое качество тоновых изображений. К недостаткам - высокую сложность и стоимость изготовления печатной формы и формного оборудования, а также использование токсичных растворителей для красок.

Способом глубокой печати на листовых печатных машинах печатают высокохудожественные издания, в том числе марки, а на рулонных - рекламные издания и иллюстрированную многотиражную периодику.

3.3. Контроль качества печати

3.3.1. Требования к качеству полиграфического исполнения

Качество изготовленного тиража книги определяется на основе действующих нормативных документов, которые регламентируют не только качество готовой продукции, но и каждого этапа ее производства для предупреждения брака.

3.3.2. Типовые примеры нарушения качества

Положение, в соответствии с которым могут быть предъявлены претензии к качеству печатной продукции, не обновлялось с 1982 года, однако приведенный в нем перечень дефектов, описание и критерии бракованной продукции не устарели. Перечислим в качестве примера некоторые из них:

- перевернутые, пропущенные, перепутанные полосы, иллюстрации, подписи к ним, заголовки, буквы и знаки на титуле, а также зеркальное расположение текста и иллюстраций;

- грубые дефекты воспроизведения шрифта;

- тетради блока, отпечатанные с одной стороны ("белый лист") или отпечатанные дважды ("макулатурный лист");

- рваные, мятые, грязные листы и другие механические повреждения;

- непропечатка, отмарывание краски, многочисленные забитые краской участки текста и иллюстрации, пробивание краски на оборот оттиска, нечеткая сдвоенная печать;

- грубые дефекты печати иллюстраций;

- несовпадение краев живописного поля у многокрасочных иллюстраций свыше 0, 2 мм;

- несовмещение красок при многокрасочной печати;

- грубое несоответствие цветопередачи на оттиске пробному оттиску, утвержденному издательством;

- неправильная вставка блока в переплетную крышку;

- некомплектность и непоследовательность элементов блока;

- выпадение элементов блока;

- грубые дефекты приклейки;

- полная потеря товарного вида издания...

Даже не полный перечень дефектов, бракующих экземпляр издания, достаточно обширен, поэтому так необходим систематический контроль со стороны издательства и взаимодействие со специалистами полиграфического предприятия, отвечающими за качество продукции в процессе изготовления тиража издания.

3.4. Переплетно-брошюровочные процессы

3.4.1. Издания в обложке

Книжное издание состоит из двух конструктивных элементов - книжного блока и наружного защитного покрытия - обложки или переплетной крышки.

Книжные блоки составлены из тетрадей (сфальцованных после запечатывания печатных листов), которые затем вкладываются одна в другую в определенном порядке. Листы тетрадей и сами тетради скрепляются друг с другом различными способами: с помощью проволочных скоб, хлопчатобумажными или капроновыми нитками, термонитями и (или) клеем.

Обложка и книжный блок соединяются, как правило, проволочными скобами или клеем по поверхности корешка с минимальным (по 3 мм) заходом на корешковые поля наружных тетрадей.

Переплетная крышка соединяется с книжным блоком с помощью корешкового или окантовочного материала и форзацев.

Различаются четыре стандартных типа обложек (см. ГОСТ 22.240-76 "Обложки и крышки переплетные. Классификация").

3.4.2. Издания в переплетной крышке

Переплет - это твердая покрышка готового издания, представляющая собой совокупность переплетной крышки, приклеенных к ней форзацев, марлевых клапанов и окантовочного материала. Существует пять основных типов переплетных крышек (см. ГОСТ 22.240-76 "Обложки и крышки переплетные. Классификация").

При изготовлении книжной продукции в переплетах используются различные переплетные материалы: покровные материалы, переплетный картон, переплетные фольга и краски, а также полимерные пленки для припрессовки.

Как и для изданий в обложке, книжный блок изданий в переплетной крышке может быть скреплен клеевым бесшвейным способом или же сшит нитками.

4. Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка

4.1. Роль рекламы в издательской деятельности

4.1.1. Формы рекламы книги

Реклама книги - это один из элементов книжного маркетинга, средство стимулирования сбыта книжной продукции, но одновременно это и информация, распространяемая устно или с помощью технических средств, содержащая сведения о конкретных книгах или услугах рекламодателя для популяризации произведений литературы.

Существуют три основных типа книжной рекламы: торговая или оптовая реклама, потребительская реклама и кооперативная реклама (совместная издательства и книготорговой структуры).

Торговая (оптовая) реклама направлена на стимулирование продажи книги в книготорговую сеть и библиотеки.

Основные элементы торговой рекламы - автор, название, время выхода книги и цена. Здесь же приводятся характеристики издания, которые могут привлечь покупателя, содержится перечень мероприятий по продвижению книги и стимулированию сбыта, а также льготные условия продаж для библиотек и предприятий книжной торговли.

Задача потребительской рекламы - дойти до каждого потенциального потребителя и заинтересовать его книгой. Кооперативная реклама пока не столь активно развивается на нашем книжном рынке как иные виды рекламы, тем не менее, она способна содействовать активизации продаж в силу своей специфической направленности. Кроме задачи <продать> книгу она преследует и другую цель - убедить читателя купить книгу именно в том магазине, который участвует наряду с издателем в этой рекламе.

4.1.2. Типы рекламных материалов

Рекламные материалы могут быть представлены в самых разнообразных форматах, в зависимости от того, на какую аудиторию они рассчитаны и по какому информационному каналу предполагается доводить их до потребителя.

Информационные и рекламные листовки и буклеты. Обычно они используются наиболее широко для оповещения книготорговых структур о готовящемся издании, и тогда носят главным образом информационный характер, либо выпускаются для работы на ярмарках, выставках, презентациях и иных мероприятиях. Другое важное их предназначение - служить информационно-рекламными материалами при работе с потребителем через почтовые отправления.

Объем и направленность текста зависят от цели материала. Он может сопровождаться другими рекламными или информационными изданиями, а может и сам быть дополнением.

Каталоги. К каталогам относят справочно-информационные или рекламные издания, основу которых составляет систематизированный перечень описаний тех или иных товаров и услуг. Можно сказать, что подготовка и издание каталогов относятся к одному из ведущих направлений деятельности издательства по продвижению своей продукции на рынок.

В зависимости от целевого адреса каталога (книжная торговля, библиотеки, широкий круг читателей, специализированные группы потребителей) каталог может включать в себя самую различную информацию и выходить с различной периодичностью.

Основные составляющие каталожного описания - автор, название и библиографическая информация.

Грамотно составленный каталог является не только рекламно-информационным изданием, но служит и для сбора заказов, Для этого в каталог включается бланк заказа, что позволяет не только формировать базовые тиражи изданий, но и дает возможность обратной связи, анализа эффективности материалов каталога и его структуры.

Плакаты (постеры). Плакаты, предназначенные для предприятий книжной торговли и работы на выставках и ярмарках, а также для использования в общественных местах (улица, транспорт и т.п.), выпускаются для привлечения внимания покупателей к наиболее важным издательским проектам.

Рекламные статьи. Помимо прямой рекламы книжной продукции, которая постоянно публикуется печатными средствами массовой информации, реклама может быть и непрямой, в виде редакционной или авторской статьи.

Текст на обложке, суперобложке или переплете. Этот текст является как бы последним рекламным обращением к покупателю, отсюда и предъявляемые к нему требования, он должен содержать самую важную коммерческую информацию, о характере которой мы уже говорили, когда речь шла о прямом маркетинге.