УДК 33:655.52

ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА АВТОРОВ С ИЗДАТЕЛЬСТВАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УЧЕБНОЙ И НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Семен Д. Резник[1, @]

[1] *Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия, 440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28*
[@] disser@bk.ru

Поступила в редакцию 04.04.2017.
Принята к печати 20.06.2017.

Ключевые слова: автор, издательство, сотрудничество, взаимодействие, продвижение книг, переработка книг.

Аннотация: Статья посвящена опыту и проблемам взаимодействия авторов учебной и научной литературы с издательствами. В ней рассматриваются виды учебно-методических и научных публикаций, такие как научная статья, монография, учебник, учебное пособие, а также специфика подготовки коллективных работ, этапы взаимодействия авторов с издательствами.
Особое внимание уделено повышению роли авторов в продвижении своих книг, в подготовке дополненных и переработанных изданий.
Обозначены проблемы современного книгоиздания, в частности замедление продаж, ценообразование в книгоиздательском деле, новые возможности использования электронно-библиотечных систем, использование курируемых издательством научных журналов для продвижения книг издательства.
В основе статьи – тезисы выступления автора на круглом столе Всероссийской конференции «Книгоиздание и профессиональное образование: приоритеты взаимодействия и сотрудничества», проведенной научно-издательским центром ИНФРА-М совместно с Российским государственным гуманитарным университетом [1].

Для цитирования: Резник С. Д. Опыт и проблемы повышения эффективности сотрудничества авторов с издательствами экономической учебной и научной литературы // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2017. № 1. С. 53 – 57.

Вступление

Совсем недавно, когда первые издания автобиографической книги «Дороги к менеджменту», опубликованной автором данной статьи, были уже написаны и изданы, нам в руки попалась статья Антона Инюшева в журнале «Парк Белинского» о размышлениях Андрея Алексеева – методолога библиографического направления в российской социологии [2]. Взгляды Алексеева помогли лучше понять, для чего почти пять лет писалась эта книга, отрывала автора от текущих дел, выкраивая столь нужные для этого часы и минуты.

Автор укрепил себя в мысли о том, что фиксирование информации о своей семье, о памятных вехах личной и семейной жизни представляет ценность как для любого человека, так и для общества в целом. Без такой семейной памяти не будет потом и памяти человечества, не будет оснований для исторической науки.

Старейший социолог А. Алексеев полагает, что нужно распространять культуру создания автобиографических историй и семейных хроник на каждую семью. К сожалению, очень часто люди начинают интересоваться своей семейной историей слишком поздно, когда старших в семье уже нет в живых и спросить не у кого. Устные рассказы родителей стираются в памяти детей, в свое время не придавших им значения.

Поэтому непростительно, хотя бы ради своих детей и внуков, не записывать, не фиксировать пусть даже минимум биографической информации о своих родителях. Люди привыкли жить сегодняшним днем, редко оглядываются назад и нередко не осознают свой собственный жизненный путь как большую культурную, духовную и социальную ценность. Каждый человек должен убедить себя в том, что его жизненная история нужна, что она может быть востребована не сегодня, так завтра близкими или далекими, знакомыми или не знакомыми ему людьми.

Автобиографические повествования – это сбережения памяти о конкретном человеке, людях, роде, это педагогическое воздействие на молодежь, куда более мощное, чем навязчивые наставления старших «как жить», это хороший материал для размышлений о собственной жизни. И наконец, автобиографические повествования часто дают особый психотерапевтический эффект – помогают человеку убедиться в том, что он не зря жил или не зря живет. И даже если не все у человека получилось, то сожаление об утраченных возможностях, будучи выговоренным, меньше бередит душу. Мы глубоко солидарны с такими взглядами Андрея Алексеева.

В своем домашнем архиве автор данной статьи выделил специальный раздел истории и хроники своей семьи. В этом разделе хранятся папки с фотографиями, заметки о родословной семьи, семейное дерево, воспоминания родных, родителей, занятные ситуации из жизни детей и др.

В домашней библиотеке автора имеется немало автобиографических книг, подаренных старшими по возрасту друзьями, коллегами по научной и вузовской деятельности, немало отечественных и зарубежных автобиографических бестселлеров известных менеджеров, бизнесменов, людей культуры и искусства. Эти книги

помогали думать и строить собственную автобиографическую книгу «Дороги к менеджменту» [3].

Наверное, любой автор книги, особенно содержательной и хорошо изданной, гордится своим детищем. Особенно если книга вышла в свет в солидном издательстве, попала на прилавки книжных магазинов и в библиотеки, ее читают и на нее ссылаются.

Собственная книга – мощнейший аргумент продвижения по карьерной лестнице. Но даже если карьера в ее обычном понимании у нас будет не на первом месте, все равно хорошая книга придает ее автору статус эксперта, делается его визитной карточкой.

На Всероссийской научно-практической конференции «Книгоиздание и профессиональное образование: приоритеты взаимодействия и сотрудничества» (октябрь, 2016) главный редактор Научно-издательского центра «ИНФРА-М» В. М. Прудников привел замечательную фразу, которую он прочитал на одном из университетских стендов при посещении Томска: «Научная работа не имеет ценности, если ее никто не прочитал, не использовал и не процитировал». Эта, на наш взгляд, справедливая мысль имеет прямое отношение к теме этой статьи, подготовленной по мотивам выступления автора на вышеуказанной конференции.

1. Виды научных и учебно-методических публикаций

За годы перехода России к рыночной экономике количество издательств и авторов (авторских коллективов), предлагающих свои учебники, учебные пособия и монографии, значительно увеличилось, а проблемы их взаимодействия, технологии предложения и продвижения издательской продукции стали более актуальными.

В широком смысле публикация – это предание гласности какой-либо информации.

На территории Российской Федерации действует межгосударственный стандарт ГОСТ 7.60 – 2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения» [4]. Термины, установленные этим стандартом, рекомендуются для использования в публикациях всех видов, учебниках, учебных пособиях, научной и справочной литературе.

Основными видами научных и учебно-методических публикаций являются научная статья, научный журнал, монография, учебник и учебное пособие [4 – 12]. Отметим отличительные особенности данных видов публикаций.

Научная статья – это вид публикации, посвященный конкретной научной проблеме, имеющий цельный и законченный вид. Используется для отражения наиболее значимых научных результатов, требующих развернутой аргументации. В статье с содержательной стороны могут раскрываться конкретные вопросы теоретической и прикладной работы исследователя. Примерная структура статьи может быть такой: актуальность раскрываемой в статье проблемы или вопроса, подходы или концепции ученых, имеющих отношение к решению той или иной проблемы; описание экспериментальной и теоретической части работы, проделанной автором статьи, выводы и практические рекомендации по решению излагаемой проблемы.

Монография – вид публикации, содержащий систематическое изложение основных результатов научного труда. Часто используется как форма публикации при написании диссертации на соискание докторской степени. При этом монография соискателя степени кандидата наук может быть написана в соавторстве, а желающего получить докторскую степень – без соавторства. Монография – это книга, в которой автор моделирует разработки в систематизированном виде, излагает основные результаты своего исследования.

Учебные пособия, учебники – наиболее трудоемкие виды публикаций, в которых автор (или группа авторов) обязан в достаточной мере раскрывать темы и программу соответствующей учебной дисциплины.

Учебник – книга, содержащая систематическое изложение знаний в определенной области и используемая как в системе образования на различных ее уровнях, так и для самостоятельного обучения. Это издание, содержащее систематическое изложение учебной дисциплины, ее раздела, части, соответствующее учебной программе и официально утвержденное в качестве данного вида издания [12].

Учебное пособие – учебно-теоретическое издание, официально утвержденное в качестве данного вида издания, частично или полностью заменяющее или дополняющее учебник [12].

2. Истоки сотрудничества с издательствами

Попытаемся обобщить опыт сотрудничества с издательствами, выпускавшими книги автора данной статьи. В советское время это было, прежде всего, издательство литературы по строительству «Стройиздат».

Технологии сотрудничества авторов с издательствами были обычными для того времени: представляется книга, если ее принимают – следует работа автора с редактором, ответы на его вопросы, а потом авторы видят уже готовую изданную книгу.

В постсоветское время некоторые книги автора – учебники и учебные пособия – были изданы в московских издательствах «Экономика», «Логос», «Финансы и статистика», в издательстве Ростова-на-Дону «Феникс». Технологии взаимодействия с издательствами поначалу были примерно такими же, как и в советские времена. Но уже чувствовалось, что чего-то не хватает, что книги надо не только делать хорошими по содержанию, но и умело их продвигать, а это уже требует более сложных технологий взаимодействия и сотрудничества автора с издательством.

Автор статьи посылал заявки в разные издательства, приезжал, разговаривал с руководителями издательства, обосновывал актуальность и возможный читательский спрос. Конечно, если какой-то автор предполагал издать книгу за свой счет, то проблем тут не возникало: плати, получай весь тираж, делай с ним дальше что хочешь. Но если автор, как правило, ученый НИИ или преподаватель вуза, рассчитывает на то, что книгу издадут не за его счет, то риски издательства, как при любом другом бизнесе, становятся понятными.

3. О роли профессионализма работников издательства

В 2001 г., 15 лет назад, случай свел автора с издательством «ИНФРА-М», с его главным редактором Владимиром Михайловичем Прудниковым. С тех пор этому издательству он не изменял и свои предложения представлял прежде всего в его адрес. Потенциального автора книг привлекали, с одной стороны, современные рыночные взгляды издательства на ведение бизнеса в книгоиздательском деле, с другой стороны – профессионализм и порядочность персонала издательства – редакторов, корректоров, руководителей маркетинговых и финансовых служб, производственного и технического отдела, от которых зависит внешний вид, читаемость, восприятие книги читателем.

Идея каждой книги предварительно тщательно обсуждается с главным редактором В. М. Прудниковым, и, если достигается соглашение о взаимном интересе, заключается договор и назначается редактор. С редакторами автору повезло. Мы всегда находили общий язык, работать с ними интересно и полезно. Чаще всего редактором книг была Татьяна Георгиевна Берзина. Среди других редакторов отметим высочайший профессионализм Льва Борисовича Герцвольфа. Автору не встречались плохие редакторы, на которых стоило бы пожаловаться.

4. О необходимости активизации роли авторов на всех этапах книгоиздания

Постепенно стала чувствоваться потребность своего личного участия в оформлении и продвижении книг. Авторские усилия в этом направлении издательство всегда поддерживало. Совместно мы готовим рекламные буклеты, обзорные статьи в журнале «Пульс», участвуем в книжных выставках, размещаем информацию на сайтах, проводим презентации на заседаниях учебно-методических объединений вузов, на семинарах и конференциях и мн. др. Вместе с издательством автор отслеживает интенсивность продаж своих книг, думает о способах ускорения их продаж.

Совместно с издательством мы запустили в жизнь немало новаций. Это новые серии книг – «Менеджмент в науке», «Менеджмент в вузе»; пять книг избранных статей автора; яркое и содержательное оформление тыловых обложек книг; рекламные привлекательные подзаголовки на передних обложках; оформление обычно пустых страниц – форзацев; различные еженедельники для менеджеров, предпринимателей, студентов, аспирантов и преподавателей вузов; упаковочные коробки для комплексов книг и мн. др. [3].

Автор может лично гордиться творческой дружбой со многими работниками издательства. Такая дружба просто обязывает работать с издательством ответственно, на пределе творческих возможностей.

Работая с издательством, думаешь не столько о гонорарах (они при уменьшающихся тиражах учебной и научной литературы небольшие), а о качестве продукции, о своей репутации и ответственности. Очень важно здесь понимать, что книга должна нравиться не только тебе, но и прежде всего потенциальному читателю, в нашем случае – студенту, аспиранту, преподавателю, ученому, менеджеру, бизнесмену.

В процессе активного сотрудничества с издательством «ИНФРА-М» возникла совершенно новая и для автора данной статьи, и, думаю, для других активных авторов проблема: подготовка не только новых книг, но и поддержание в конкурентоспособном состоянии, как говорят, «на плаву» ранее изданных. В строительстве, например, мало построить новый дом, его нужно затем эксплуатировать, ремонтировать, поддерживать, чтобы он служил людям долго. Так и с изданными книгами, даже хорошими. Если их не обновлять, не перерабатывать, они сойдут с дистанции, устареют, их не станут покупать. Их место займут книги других авторов.

Дабы заботиться о долгожительстве книги, атор, как только издает новую, сразу же начинает искать в ней недочеты и возможности улучшения в содержании, оформлении, рекламном сопровождении, библиографической поддержке. По мере реализации изданного тиража заблаговременно представляет издательству улучшенный, переработанный и доработанный вариант книги.

Другая проблема – проблема коллективного учебника. Одно дело, когда пишешь работу лично или с находящимся рядом на твоей кафедре коллегой, и совсем другое дело, когда руководишь крупным проектом. Например, в книге «Управление вузом» участвовали около 30 высокопрофессиональных авторов – ректоры и проректоры видных вузов, деканы, заведующие кафедрами, профессора и доценты, юристы и финансисты. Потребовалось разработать и предложить стратегию совместной работы коллектива авторов, общие требования к главе, ее структуре и оформлению. Без этого целостной, читаемой работы у нас бы не получилось.

Некоторое время назад российские издательства учебной и научной литературы стали проявлять интерес не только к учебникам и учебным пособиям, но и к монографиям, сборникам научных статей. Читательский спрос на них всегда был ниже, чем на учебную литературу. Конечно, тиражи монографий исчисляются не тысячами, а сотнями или даже десятками экземпляров, но, к удивлению, хорошие монографии пользуются спросом. Некоторые наши монографии даже переиздавались, а в научной периодике на них делаются ссылки.

Пару лет назад на глаза автору попалась книга С. Жуковского и О. Сашечкиной «Книга как инструмент продвижения вашего бизнеса: как написать, издать и продать свою книгу» (Издательство РИОР, ИНФРА-М). Конечно, она была приобретена и внимательно прочитана [13]. Основное занятие авторов этой книги – тренинг-семинары. Они сделали свои книги мощным средством продвижения собственного бизнеса.

Автора данной статьи, также написавшего много учебных и научных книг, всегда интересовал, а в данном случае особенно, во-первых, опыт написания книг другими авторами, а во-вторых, системный характер их обобщений, логика, замечательный язык и умелая, в стиле Дейла Карнеги, аргументация. Заметим, что многие мысли и обобщения этих авторов оказались близки нам, а немало советов и обобщений можно смело взять на вооружение. Об этой книге мы рассказываем на семинарах преподавателей в университете, показываем им ее, а близким для автора людям предоставляется возможность глубже познакомиться с ее содержанием.

В книге три части. Первая, основная, о том, как заключить договор с издательством. Авторы объясняют, почему сотни рукописей остаются неопубликованными, рассказывают о заблуждениях начинающих авторов, размышляют о том, что привлекает людей в покупаемых книгах, дают системные советы о правилах взаимодействия с издательствами.

Вторая часть этой полезной, на наш взгляд, книги – «Как написать книгу за неделю». Конечно, такое название – пафосное. Деловая книга не роман, а авторы учебников, учебных пособий и монографий не члены Союза писателей России. Написание книг для них дело серьезное, трудоемкое, поштучное. Никакую серьезную книгу за неделю или месяц написать невозможно. Автобиографическую книгу «Дороги к менеджменту» (М.: ИНФРА-М, 2016) автор писал, например, три года. Два года вынашивал в голове, подбирал материал и год писал.

С. Жуковский и О. Сашечкина предлагают правильный, на наш взгляд, алгоритм работы: хороший план, написание и оформление глав, графическая часть, согласование рукописи с издательством, начало раскрутки и продвижения книги.

Очень полезна и третья часть книги – «Как сделать из книги бестселлер?». Это о различных видах книг (за собственные деньги, электронные книги, аудиокниги), а главное – о том, как продвигать свои книги. Такая книга в целом, думается, – находка для начинающих авторов, но с пользой для себя ее прочтут и опытные авторы. Ведь следуя рекомендациям авторов книги, мы ускорим написание, продвижение своей книги, сэкономим время, которого нам часто не хватает, повысим качество своей книжной продукции.

Автору показалась интересной и брошюра трех авторов – А. Парабеллума, Н. Мрочковского и С. Бернадского «10 дней для создания книги» [14]. Они очень детально прописывают процесс подготовки и написания деловой книги. Прочитана брошюра с пользой: были бы подобные книги раньше, легче было бы решать проблему подготовки и издания собственных книг.

О каких назревших проблемах книгоиздания стоит, на наш взгляд, говорить сегодня и искать решения? Их несколько. Например, замедление продаж и вытекающие отсюда проблемы для авторов – ценообразование в книгоиздательском деле, новые возможности использования электронно-библиотечных систем, использование курируемых издательством научных журналов для продвижения книг издательства. ЭБС – это выход не только на библиотеки, но и на потенциальных читателей, и на потенциальных будущих авторов. Эти и другие проблемы нашего времени требуют анализа и новых нестандартных решений.

Литература

1. Резник С. Д. Автор и издательство: мой опыт сотрудничества // Пульс. 2016. № 6.
2. Инюшев А. «Эстафета памяти» Андрея Алексеева // Парк Белинского. 2014. № 2(7). Режим доступа: http://parkbelinskogo.ru/906
3. Резник С. Д. Дороги к менеджменту: о себе и окружающих меня людях, о времени и событиях. М.: ИНФРА-М, 2016. 472 с.
4. ГОСТ 7.60-2003 СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения. Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200034382
5. Резник С. Д. Аспирант вуза: технологии научного творчества и педагогической деятельности: практическое пособие. Пенза: ПГУАС, 2010. 514 с.
6. Основные понятия авторского права. Субъекты. Соавторство. Режим доступа: http://www.trizland.ru/archive/is/038.php (дата обращения: 03.04.2017).
7. ГОСТ 6.38-90 УСД. Система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/9052222
8. Данилов А. М. Статья в научном журнале: системный стиль мышления // Russian journal of management. 2015. Vol. 3. № 1(13): 95 – 99.
9. Резник С. Д. Публикация результатов диссертационного исследования: учеб.-метод. пособие для аспирантов. Пенза: ПГУАС, 2014. 28 с.
10. Соавторство. Режим доступа: http://sibart.narod.ru/st10.htm (дата обращения: 03.04.2017).
11. Солимар Л. Как писать научные статьи // Физики шутят. М.: Мир, 1966. С. 67 – 73. Режим доступа: http://physiclib.ru/books/item/f00/s00/z0000013/st014.shtml (дата обращения: 03.04.2017).
12. Хлебушкин В. М., Нестерова С. Г. Как издать учебную книгу: учеб.-метод. пособие для авторов. Пенза: ПГУАС. 2004. 84 с.
13. Жуковский С., Сашечкина О. Книга как инструмент продвижения вашего бизнеса: как написать, издать и продать свою книгу. М.: РИОР; ИНФРА-М, 2012. 243 с.
14. Парабеллум А., Мрочковский Н., Бернадский С. 10 дней для создания книги. Как быстро написать свой бестселлер. М.: ИНФРА-М, 2014.

EXPERIENCE AND PROBLEMS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF COOPERATION WITH THE AUTHORS OF ECONOMIC PUBLISHER EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC LITERATURE

***Semen D. Reznik*[1, @]**

[1] *Penza State University of Architecture and Construction, 28, Herman Titov St., Penza, Russia, 440028*
[@] disser@bk.ru

Received 04.04.2017.
Accepted 20.06.2017.

Keywords: Author, publisher, cooperation, interaction, promotion of books, processing of books.

Abstract: The article is devoted to the experience and problems of interaction between the authors of educational and scientific literature and publishers. It examines the types of educational and methodological and scientific publications, such as scientific article, monograph, textbook, manual, as well as the specifics of collective work preparation and the stages of interaction between authors and publishers.
Particular attention is paid to the increasing role of authors in the promotion of their books, as well as in the preparation of supplemented and revised publications.
The problems of modern book publishing are identified, in particular the slowdown in sales, pricing in book publishing, new opportunities for using electronic library systems, the use of scientific journals controlled by the publishing house to promote books of the publishing house.
The article is based on the thesis of the author's speech at the round table of the all-Russian conference "Book Publishing and Professional Education: Priorities for Interaction and Cooperation", conducted by the INFRA-M research and publishing center in cooperation with the Russian State Humanitarian University [1].

For citation: Reznik S. D. Opyt i problemy povysheniia effektivnosti sotrudnichestva avtorov s izdatel'stvami ekonomicheskoi uchebnoi i nauchnoi literatury [Experience and Problems of Increasing the Effectiveness of Cooperation with the Authors of Economic Publisher Educational and Scientific Literature]. *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences*, no. 1 (2017): 53 – 57. (In Russ.)

References

1. Reznik S. D. Avtor i izdatel'stvo: moi opyt sotrudnichestva [Author and publisher: my experience of cooperation]. *Pul's = Pulse*, no. 6 (2016).
2. Iniushev A. «Estafeta pamiati» Andreia Alekseeva [Andrei Alexeev's "Relay of Memory"]. *Park Belinskogo = Belinsky Park*, no. 2(7) (2014). Available at: http://parkbelinskogo.ru/906
3. Reznik S. D. *Dorogi k menedzhmentu: o sebe i okruzhaiushchikh menia liudiakh, o vremeni i sobytiiakh* [Roads to management: about myself and the people around me, about time and events]. Moscow: INFRA-M, 2016, 472.
4. *GOST 7.60-2003 SIBID. Izdaniia. Osnovnye vidy. Terminy i opredeleniia* [GOST 7.60-2003. System of standards for information, library and publishing. Editions. The main types. Terms and Definitions]. Available at: http://docs.cntd.ru/document/1200034382
5. Reznik S. D. *Aspirant vuza: tekhnologii nauchnogo tvorchestva i pedagogicheskoi deiatel'nosti: prakticheskoe posobie* [Postgraduate student of the university: technology of scientific creativity and pedagogical activity]. Penza: PGUAS, 2010, 514.
6. *Osnovnye poniatiia avtorskogo prava. Sub"ekty. Soavtorstvo* [Basic concepts of copyright. Subjects. Co-authorship]. Available at: http://www.trizland.ru/archive/is/038.php (accessed 03.04.2017).
7. *GOST 6.38-90 USD. Sistema organizatsionno-rasporiaditel'noi dokumentatsii. Trebovaniia k oformleniiu dokumentov* [GOST 6.38-90 USD. System of organizational and managerial documentation. Requirements for registration of documents]. Available at: http://docs.cntd.ru/document/9052222
8. Danilov A. M. Stat'ia v nauchnom zhurnale: sistemnyi stil' myshleniia [Article in the scientific journal: a systematic style of thinking]. *Russian journal of management*, 3, no. 1(13) (2015): 95 – 99.
9. Reznik S. D. *Publikatsiia rezul'tatov dissertatsionnogo issledovaniia* [Publication of the results of dissertation research]. Penza: PGUAS, 2014, 28.
10. *Soavtorstvo* [Co-authorship]. Available at: http://sibart.narod.ru/st10.htm (accessed 03.04.2017).
11. Solimar L. Kak pisat' nauchnye stat'i [How to write scientific articles]. *Fiziki shutiat* [Physicists are joking]. Moscow: Mir, 1966, 67 – 73. Available at: http://physiclib.ru/books/item/f00/s00/z0000013/st014.shtml (accessed 03.04.2017).
12. Hlebushkin V. M., Nesterova S. G. *Kak izdat' uchebnuiu knigu* [How to publish a curriculum]. Penza: PGUAS, 2004, 84.
13. Zhukovskii S., Sashechkina O. *Kniga kak instrument prodvizheniia vashego biznesa: kak napisat', izdat' i prodat' svoiu knigu* [A book as a tool to promote your business: how to write, publish and sell your book]. Moscow: RIOR; INFRA-M, 2012, 243.
14. Parabellum A., Mrochkovskii N., Bernadskii S. *10 dnei dlia sozdaniia knigi. Kak bystro napisat' svoi bestseller* [10 days to create a book. How to quickly write your best seller]. Moscow: INFRA-M, 2014.