

Сергей
Павлович
СИМАКОВ

Дарья
Сергеевна
ВЛАСОВА

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА: новые реалии

В статье рассмотрены особенности вузовского книгоиздания, представлены стратегия развития и новая модель Издательства ТюмГУ с учетом требований современного книжного рынка и основных трендов развития издательского дела в мире и России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: университетское издательство, модель, стратегия развития, издательский портфель, редактирование, верстка, оригинал-макет, электронное книгоиздание, распространение, монетизация, продвижение.

В 2015 г. Тюменский государственный университет стал участником проекта повышения конкурентоспособности российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров «5-100». Амбициозный проект требует от университета преобразований на всех его уровнях, включая и Издательство ТюмГУ. Не только участие университета в федеральной программе, но и требования времени сформулировали ясное понимание, что издательство должно измениться.

Первым шагом к изменениям стало привлечение на должность директора специалиста высокого уровня, настоящего профессионала издательского бизнеса Сергея Павловича Симакова [Бери и делай: кто возглавил издательство университета]. Вторым был анализ деятельности издательства и анализ работы издательств-конкурентов по проекту «5-100» (Уральский федеральный университет (УрФУ, г. Екатеринбург), Южно-Уральский государственный университет (ЮУрГУ, г. Челябинск), Томский государственный университет (ТГУ, г. Томск) и др.).

Анализ проводился на основании открытой информации: данные Российской книжной палаты за 2014 год, сайты издательств, информация в СМИ. Особое внимание обращалось на качественные и количественные показатели: миссия, цели, задачи, штатное расписание, план издания, распространение и продвижение изданий, количественные показатели, электронное книгоиздание, оборудование.

В результате можно сделать следующие выводы: какой-либо однотипной методологии по созданию университетских издательств не прослеживается, ни одно из вышеперечисленных издательств не выходит из рамок собственного университета, поэтому полностью копировать уже суще-

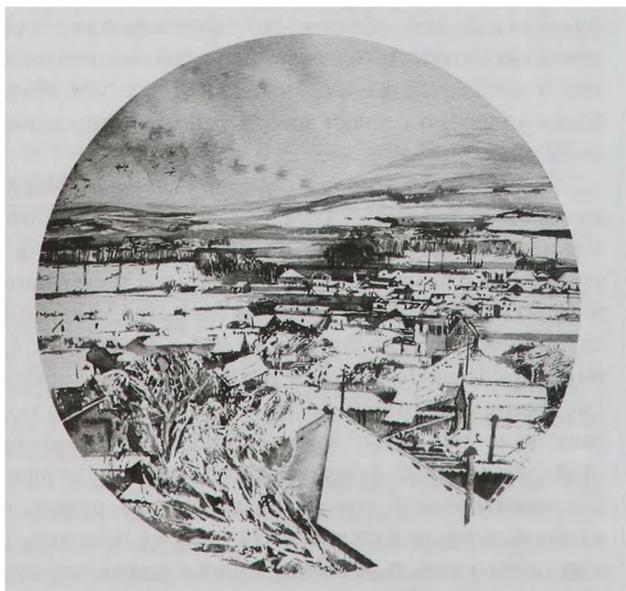
ствующие модели не имеет смысла. Нужно стремиться к более высокой планке — это распространение и монетизация собственных изданий. Для выхода на новый качественный уровень следует рационально использовать лучший отечественный опыт, но при этом разработать и внедрить собственную уникальную модель издательства с учетом передовых тенденций в сфере книгоиздательской деятельности.

Для реализации этой цели была составлена программа развития Издательства ТюмГУ. Но прежде чем приступить к ее подготовке была проанализирована работа издательства и выявлены его сильные и слабые стороны.

К сильным можно отнести следующие: человеческий капитал (слаженный коллектив, общий высокий уровень мотивации к работе, лояльность к организации, добросовестность, желание делать свою работу максимально хорошо, энтузиазм, любовь к профессии); возможность формирования издательского портфеля на основе передового российского и международного опыта; специализация (выпуск качественной учебной, научной и научно-популярной литературы); поддержка университета властью региона.

Слабыми сторонами являются: также специализация, так как она довольно узкая и издательство не может в одночасье начать выпускать непрофильную продукцию; централизация управления университетом, поскольку структурные подразделения, в том числе издательство, должны иметь свои бюджеты и право распоряжаться ими, что приведет к изменению кадровой политики — позволит сделать упор на людей, работающих по проекту; недостаток ресурсов: оборудование типографии изношено, используются устаревшие техно-

логии, — в связи с этим издательство не может начать одновременные изменения по всем вышеперечисленным направлениям, придется выбирать приоритеты развития, концентрировать ресурсы на выполнении первостепенных задач; недостаточное использование современных технологий масс-медиа: следует основную ставку делать на



М. Фадеева. ГОРОД. 2015

возможности сети Интернет в части распространения и продвижения книг (сайт ТюмГУ, социальные сети, агрегаторы книжного контента, интернет-магазины); руководитель издательства слабо интегрирован в издательские процессы Тюменской области, то есть не принимает активное участие в областных мероприятиях: встречи, презентации, конкурсы и пр., которые могли бы способствовать повышению узнаваемости Издательства ТюмГУ.

До настоящего времени модель издательства выглядела следующим образом: выполнение планов изданий (план издания учебной и научной литературы; план издания внутривузовской учебно-методической литературы); выполнение заказных изданий по договорам со сторонними организациями; выпуск оперативной полиграфической продукции, необходимой для обеспечения деятельности университета, включающие такие виды работ, как верстка, редактирование рукописи, получение готового pdf-файла, тиражирование на собственном полиграфическом оборудовании и передача тиража заказчику для бесплатного распространения, за исключением 16 обязательных экземпляров для отправки в Российскую книжную палату. Монетизация и тем более продвижение изданий как таковые отсутствовали.

Эта модель имеет право на существование, но только в том случае, если издательство не имеет цели выйти за пределы своего университета и делать что-то более значимое, чем просто выпускать вузовскую литературу. Новая же модель издательства должна строиться с учетом новых реалий в университете, требований современного книжного рынка и тенденций развития вузовского книгоиздания.

Для этого в первую очередь необходимо сформировать основные функциональные обязанности: издательская политика, создание качественных оригинал-макетов, электронное книгоиздание, распространение и монетизация, продвижение. Далее эти обязанности рассмотрены более подробно с точки зрения работы, проделанной по этим направлениям на данный момент.

Издательская политика, формирование издательского портфеля. Стоимость издательства равна стоимости издательского портфеля — те книги и авторы, которые в него входят, — это и есть товар. Все книги нужно рассматривать с позиции распространения и монетизации. Повысит ли то или иное издание уровень, престиж, качество, популярность, продажи? Если да, то книга должна быть включена в издательский портфель. К сожалению, до недавнего времени такой работы не проводилось, поэтому создание издательского портфеля с книгами, которые можно распространять и монетизировать, было важной задачей. На сегодняшний день в издательстве сформирован издательский портфель, который насчитывает более 500 наименований книг, находящихся на разных стадиях редакционно-издательского процесса. Наряду с этим с помощью студентов кафедры издательского дела и редактирования создана актуальная книжная база Издательства ТюмГУ.

Что это дало издательству? Обобщение данных позволило, во-первых, оперативно получать информацию по всем изданиям, принятым в работу, а во-вторых, систематизировать сведения о том, какие книги Издательство ТюмГУ может предложить региональному и российскому книжному рынку.

Создание качественных оригинал-макетов. Дизайн книги со временем меняется, но люди привыкают работать по одним и тем же шаблонам, поэтому можно говорить о некотором застое в оформлении книг издательства. Здесь нет затрат, на самом деле нужно творчески переработать уже имеющийся опыт, и книга сразу станет лучше. В это же направление входит и брендинг обложек. Книги издательства должны стать более презентабельными, заметными и узнаваемыми в общей массе вузовских изданий.

Электронное книгоиздание (и сканирование) с учетом жестких ограничений — в соответствии ГОСТами. Издательству необходимо придумать свою философию электронного издания: как книга будет выглядеть, как будет себя позиционировать и т. д. Здесь же поднимается вопрос о распространении электронных изданий через интернет-магазины, о передаче файлов в электронные библиотечные системы (ЭБС) и пр.

На сегодняшний день в издательстве принято решение все процессы, связанные с ЭБС, передать в Информационно-библиотечный центр ТюмГУ, так как ИБЦ в этом более компетентен и к ним в обязательном порядке поступают все электронные книги, подготовленные в издательстве.

Кроме того, Издательство и ИБЦ создают собственную электронную библиотеку, которая позволит:

- решить проблему книгообеспеченности учебного процесса, поскольку работать с электронным документом одновременно сможет неограниченное число пользователей;
- более рационально расходовать средства, выделяемые на комплектование, существенно уменьшив закупки многоэкземплярных учебников;
- обеспечить доступность информации, независимо от ее физического местонахождения;
- обеспечить централизацию информационных ресурсов вуза;
- сохранить за вузом исключительные права на собственные произведения;
- иметь неограниченное количество и продолжительность подключений пользователей.

Произведение, переданное ИБЦ на основании лицензионного договора (или автором на безвозмездной основе), будет легально находиться в электронной библиотеке ТюмГУ в свободном доступе, тем самым повышая индекс цитируемости автора.

Распространение и монетизация. На этапе формирования стратегии развития издательства рассматривалась возможность включения книг университета в каталоги (например, Ozon.ru), что открыло бы выход на широкую аудиторию всей России, а также возможность размещения книг издательства в 25 000 интернет-магазинов по всему миру.



М. Фадеева. ГОРОД-1. 2014

При развитии направления, связанного с распространением и монетизацией, заказчиками Издательства могут стать вузы г. Тюмени, а также все, кто издает малотиражные книжные издания Тюменской области (ХМАО–Югра и ЯНАО): органы государственной и муниципальной власти, учреждения социально-культурной сферы, медицинские центры и др.

Для того чтобы понять, какие именно издания могут быть востребованы на книжном рынке, необходимо было экспертное мнение. Экспертом выступило московское издательство «Юрайт», которое с 1996 г. занимается созданием учебной литературы для высших и средних специальных учебных заведений по новым образовательным стандартам. Авторами издательства являются ведущие специалисты в своих областях, представляющие статусные научные школы и крупнейшие университеты. В ассортименте издательства представлены учебники по социально-экономическому, гуманитарному, юридическому, естественно-научному и техническому направлениям. Особое место занимают книги для высшего образования по системе «бакалавриат-магистратура», разработанные в тесном сотрудничестве с ведущими вузами России: НИУ «Высшая школа экономики», Финансовый университет при Правительстве РФ, Государственный университет управления.

Для начала в издательство «Юрайт» было направлено 23 издания. Там они прошли проверку на плагиат, а также на актуальность изложенной

темы, стилистическую выдержанность, новизну предлагаемого материала. В результате проверки 9 изданий были приняты «Юрайтом» в производство. Для автора Издательства ТюмГУ это означает, что его книга станет доступна не только аудитории университета, но и всем потребителям российского книжного рынка, так как приобрести издание станет возможным в магазинах Московского дома книги, в торговом доме «Библио-Глобус», на сайте издательства «Юрайт», в интернет-магазинах Ozon.ru и ЛитРес. То есть книга фактически станет доступной.

Продвижение. Издательству для повышения качества его изданий, узнаваемости и престижности необходимо активно участвовать в различных конкурсах и выставках, размещать публикации в профильных изданиях, присутствовать в информационных лентах, вплоть до ТАСС.

В феврале 2016 г. Издательство ТюмГУ приняло участие в XXIII Минской международной книжной выставке-ярмарке, где стало единственным региональным издательством в составе российской делегации. Благодаря Издательству ТюмГУ на российском национальном стенде «Книги России» был представлен весь спектр изданий Тюменской области.

В июне 2016 г. издательство представило свои книги на московском книжном фестивале «Красная площадь». Это уникальное мероприятие, формат которого предполагает не только книжную выставку, но и обширную деловую программу с участием известных российских писателей, издателей, актеров театра и кино. В течение четырех дней проходит множество презентаций книг и различных проектов, так или иначе связанных с книгой. Для региональных издательств это редкая возможность показать широкий спектр своей книжной продукции в самом сердце страны. Издательство ТюмГУ стало ведущим в проведении деловой программы первого дня фестиваля в шатре «Регионы России». На встрече обсуждались проблемы современного вузовского книгоиздания и пути их преодоления. В мероприятии принял участие ректор Тюменского государственного университета В. Н. Фальков. Издательство ТюмГУ поделилось опытом сотрудничества с московскими коллегами, а также провело презентацию наиболее значимых книжных проектов и научных журналов университета.

Участие в XXIX Московской международной книжной выставке-ярмарке, которая прошла в сентябре 2016 г., позволило добиться новых результатов в продвижении книг Издательства ТюмГУ: на очереди подписание договора с издательствами «Инфра-М» и «Флинта» для вывода научных изданий университета на российский книжный рынок.

А в октябре 2016 г. в рамках 61-й Белградской международной книжной ярмарки на стенде Российской Федерации директор Издательства ТюмГУ Сергей Павлович Симаков провел презентацию новой парадигмы университетского книгоиздания.

Итак, на основании всего вышеперечисленного сформулирована стратегия развития издательства: «Через устранение слабых сторон к доступной тюменской книге». План ее реализации выглядит следующим образом:

- приведение в порядок вверенного имущества, документации и бизнес-процессов;
- развитие функциональных обязанностей издательства;
- расширение издательства за счет внутриуниверситетских проектов;
- развитие издательства за счет малотиражной продукции (учебная, научная, научно-популярная литература) и специальных проектов университета;
- развитие издательства за счет региональной литературы.

В результате мы приходим к такой модели, в которой к качественной книге предлагается качественный сервис. Это позволит сделать тюменскую книгу доступной в широком смысле этого слова. От этого выиграют не только авторы и издатели, но и, самое главное, читатели.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бери и делай: кто возглавил издательство университета // Официальный сайт ТюмГУ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.utmn.ru/presse/ekspertnoe-mnenie/107545/>
2. Издательский дом ТГУ: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://publish.tsu.ru/>
3. Издательство «Юрайт»: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.urait.ru/history>
4. УрФУ. Издательско-полиграфический центр: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://print.urfu.ru/>

Максим
Викторович
МЕДОВАРОВ

А. Ф. ФИЛИППОВ КАК ИЗДАТЕЛЬ: источники и проблемы изучения

В статье рассматриваются источники и историография изучения редакционно-издательской деятельности А. Ф. Филиппова в начале XX в., предпринимается попытка ее периодизации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: А. Ф. Филиппов, А. И. Зейдман, А. Л. Гарязин, И. М. Эн-Янков, «Русское обозрение», «Черноморское побережье», «Кубань», «Дым Отечества», «Банки и биржа», «Биржа в Петербурге».

А. Ф. Филиппов, в разные годы являвшийся редактором, издателем или сотрудником полутора десятков периодических изданий конца XIX — начала XX в., остается фигурой малоизученной. Исследователей в большинстве случаев интересовала его дружба с Г. Е. Распутиным и дальнейшее сотрудничество с Ф. Э. Дзержинским в рамках ВЧК, в то время как его редакционно-издательская деятельность удостаивалась до сих пор лишь