

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет журналистики**  
**Кафедра издательского дела, стилистики и медиаиндустрии**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**РЕДАКТОРСКАЯ ПОДГОТОВКА ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ  
И СПОСОБЫ ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
(НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ «N+1»)**

Работу выполнил(а) \_\_\_\_\_ М. Ю. Малянова  
(подпись)

Направление подготовки 42.04.03 Издательское дело курс 1

Направленность (профиль) Редакционно-издательская деятельность

Научный руководитель  
д-р филол. наук, проф. \_\_\_\_\_ Г. А. Абрамова  
(подпись)

Нормоконтролер  
д-р филол. наук, проф. \_\_\_\_\_ Г. А. Абрамова  
(подпись)

Краснодар  
2020

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
1 Теоретические вопросы подготовки электронных изданий: редакторский аспект.....	6
1.1 Электронные издания: понятие, виды .....	6
1.2 Особенности редакторской подготовки электронных изданий: работа над содержанием, структурой, оформлением .....	7
1.3 Способы распространения электронных изданий: проблемы и перспективы.....	9
2 Особенности редакторской подготовки и способов распространения электронных изданий (на примере электронного издания «N+1») ...	12
2.1 Электронное издание «N+1»: общая характеристика.....	12
2.2 Особенности формирования содержательной концепции электронного издания «N+1».....	13
2.3 Особенности работы редактора над электронным изданием «N+1» и способы его распространения.....	15
Заключение .....	20
Список использованных источников .....	22
Приложение А Страницы сайта электронного издания «N+1» .....	27

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность настоящего исследования определяется состоянием современного рынка электронных изданий в России. По данным отчета Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям продажи бумажных книг в России в последние годы растут на 6–7% в год, то продажи электронных версий изданий за четыре года выросли в 3 раза до 4,8 млрд руб. в 2018 г. и, по прогнозу, к 2020 г. вырастут еще в 2 раза. Всего, по данным этого отчета, жители России потратили на издания в прошлом году 86 млрд руб. [22, с. 77]. Из этой информации видно, что электронное книгоиздание и книгораспространение переживает в последние годы активный рост в России. Потому исследования, посвященные изучению редакторской подготовки электронных изданий и способам их распространения, требуют осмысления, обобщения, систематизации, структуризации и представления его как единого комплекса знаний.

Степень разработанности: на данную тему существует огромное количество трудов практиков и теоретиков. Так Вуль В. А. в своей книге «Электронные издания» рассматривает совокупность проблем, связанных с созданием, распространением и чтением электронных изданий, предлагает их классификацию. А издание Григорьевой Е. И. «Электронные издания. Технология подготовки» посвящено вопросам редакторской подготовки электронных изданий. В нем рассматриваются правила и приемы подготовки текста для печатного и электронного формата издания, а также особенности основных компонентов издания. Проблему определения термина «электронные издания» поднимают Жебит М. Э. и Шеметова Е. П. в их работе «Электронное издание: проблема определения», а проблему классификации – Белозеров В. Н. в его работе «Классификации электронных изданий и их стандартизация»

Объект исследования – подготовка электронных изданий в аспекте редакционно-издательской деятельности.

Предмет исследования – особенности редакторской подготовки электронного издания «N+1» и способы его распространения.

Цель исследования – изучить особенности работы редактора при подготовке электронного издания и способы его распространения.

В соответствии с целью необходимо решить следующие задачи:

- описать основные черты электронных изданий и рассмотреть их классификацию;
- изучить особенности редакторской подготовки электронного издания;
- рассмотреть способы распространения электронных изданий;
- изучить особенности работы редактора над электронным изданием «N+1».

Методы исследования: анализ материала, синтез, классификация, описание, контент-анализ.

Новизна работы заключается в том, что была предпринята попытка изучить редакторскую подготовку электронного издания «N+1».

Теоретическая значимость работы заключается в том, что были описаны типологические особенности электронных изданий и описаны особенности их подготовки. Полученные результаты будут представлять интерес для учащихся на факультете журналистики при изучении дисциплин, связанных с работой редактора при подготовке электронного издания к выпуску.

Практическая значимость исследования: результаты исследования могут быть использованы при составлении методических и учебных пособий для студентов факультета журналистики на кафедре издательского дела, стилистики и медиаиндустрии по дисциплинам: «Редакторская подготовка изданий», «Разработка и выпуск печатного и электронного изданий», «Проектирование изданий».

Структура работы. Курсовая работа состоит из введения, 2 разделов, заключения, списка использованных источников и приложения. Во введении

обоснована актуальность темы, рассмотрена ее степень разработанности, определены объект и предмет исследования, сформулированы цель и задачи исследования. В первом разделе «Теоретические вопросы подготовки электронных изданий: редакторский аспект» раскрывается понятие электронного издания, изучается его классификация и рассматриваются теоретические аспекты при работе над электронным изданием. Второй раздел «Особенности редакторской подготовки и способов распространения электронных изданий (на примере электронного издания «N+1»)» посвящен знакомству с научно-популярным электронным изданием «N+1». В нем рассматриваются особенности формирования содержательной концепции данного электронного издания, изучаются особенности редакторской работы при его подготовке и способы его распространения. В заключении подведен итог результатов исследования, сделаны выводы. Список использованных источников включает 38 наименований. Приложение к работе содержит примеры страниц электронного издания «N+1».

# **1 Теоретические вопросы подготовки электронных изданий: редакторский аспект**

## **1.1 Электронные издания: понятие, виды**

Подходя к толкованию различных форм и видов современных электронных изданий как таковых, в первую очередь следует отталкиваться от определения издания в общем смысле, принятого в стандартах сферы издательского дела. Так в ГОСТе 7.60-2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» под изданием понимается «документ, предназначенный для распространения содержащейся в нем информации, прошедший редакционно-издательскую обработку, самостоятельно оформленный, имеющий выходные сведения» [1, с. 5]. Тот же стандарт даёт толкование термина «электронное издание» как «издание, для использования которого необходимы средства вычислительной техники» [1, с. 5]. А в ГОСТе Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения» под электронным изданием понимается «электронный документ (группа электронных документов), прошедший(ая) редакционно-издательскую обработку, предназначенный(ая) для распространения в неизменном виде, имеющий(ая) выходные сведения» [2, с. 4]. Однако данные определения недостаточно точно и не в полной мере отвечает потребностям дня. «Инструкция о порядке рассмотрения и утверждения грифа Минобразования России на учебные электронные издания» содержит следующее определение: «Электронное издание – это совокупность графической, текстовой, цифровой, речевой, музыкальной, видео-, фото- и другой информации, а также печатной документации пользователя» [19].

Поэтому, можно сделать вывод, что электронное издание – это издание, содержащее в себе совокупность графической, текстовой, цифровой, речевой, музыкальной, видео-, фото- и другой информации для использования,

которого необходимы средства вычислительной техники. Мы в дальнейшем будем придерживаться этого определения.

Вуль В. А. в книге «Электронные издания» классифицирует электронные издания по следующим признакам: 1) периодичность издания; 2) вид издания; 3) способ распространения; 4) формат издания [8, с. 96]. Виды, выделенные по этой классификации представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды электронных изданий по классификации Вуль В. А.

## 1.2 Особенности редакторской подготовки электронных изданий: работа над содержанием, структурой, оформлением

Работа над электронным изданием начинается с формирования его концепции редактором. Под концепцией издания Антонова С. Г. понимает «совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных признаков будущего издания» [4, с. 15]. Она разрабатывается во время редакторского анализа исходной информации и выдвигает требование к будущему изданию.

Редакторская подготовка электронного издания во многом отличается от редакторской подготовки печатного издания. Различия появляются уже на первом этапе, когда при подготовки печатного оригинал-макета необходимо учитывать требования типографии. Также значительные различия вносит то, что в печатном издании невозможно применение анимационных

картинок, аудио дорожек, видео ряда и системы гиперссылок, которые в свою очередь часто используются во многих форматах электронного издания.

Работая над содержательной концепцией электронного издания редактор имеет больше свободы, чем при работе над другими видами изданий. Так как редакторские поиски и решения, используемые средства и приемы отличаются эффективностью воздействия на читателей и новизной.

При подготовке электронных изданий следует учитывать многие факторы. Во-первых, прежде всего надо обратить внимание на то, как информация будет размещаться на поверхности разных устройств: компьютере, планшете, телефоне. Так как это будет влиять на восприятие читателями информации, содержащейся в тексте издания, и на то, как быстро они смогут найти нужные им сведения. Большую роль также будет играть правильно подобранные кегль, гарнитура и начертание шрифта. Читатели, как правило, предпочитают работать с текстами, которые воспринимаются взглядом как нечто целое и расположены на экране компактно с применением простых по начертанию гарнитур.

Во-вторых, не стоит забывать об использовании иллюстративных элементов в тексте. Иллюстрация – важный инструмент для улучшения восприятия текста читателем. Они помогают читателям быстро воспринимать большой объем информации, например, в виде диаграмм или графиков, а также украшают издание. Более того, читатели электронных изданий автоматически предполагает наличие нетекстовых элементов.

В-третьих, в электронных изданиях читатели должны иметь возможность при быстром просмотре на экране отыскать нужную информацию, поэтому следует использовать преимущественно короткие четкие предложения и сжатые абзацы [8, с. 149].

В-четвертых, важным фактором при работе над изданием будет являться оформление текста издания. Так как если читающему будет не приятен стиль оформления, то производительности при работе с изданием снизится. Привлекательность текста для читающих может быть достигнута



предоставлением им возможности (в определенных пределах) самостоятельно установить формат представления материала на экране персонального электронного устройства

### **1.3 Способы распространения электронных изданий: проблемы и перспективы**

В настоящее время на смену читающим с традиционных бумажных носителей приходит поколение читающих с экранов мониторов и мобильных устройств. Это способствует появлению новых способов и форматов представления информации, путей извлечения прибыли.

Продажа электронных версий изданий в настоящее время приобретает огромную популярность. Одни интернет-сервисы позволяют скачивать файл с электронной версией издания непосредственно на персональное электронное устройство пользователя для дальнейшего чтения. Другие предлагают читать издания непосредственно с сайта. Третьи формируют электронные версии в специальном защищенном формате, который возможно читать только с помощью специального приложения [35].

Так, например, научно-популярное издание «Наука и жизнь», которое выходит ежемесячно и в котором рассказывается о современных технологиях, об известных ученых, о новых научных открытиях, предлагает читателям оформить подписку на электронную или печатную версию объемом 144 страниц. Стоимость подписки на журнал:

- печатная версия: 6 мес. – 900 руб.; 12 мес. – 1800 руб.;
- электронная версия (PDF): 6 мес. – 1620 руб.; 12 мес. – 3000 руб. [11].

В данном случае аудитории предлагают выбрать между печатной и электронной версией, но варианта купить подписку сразу на обе версии нет, как например в журнале «Пресс-служба». Это всероссийский специализированный журнал, ориентированный на пресс-секретарей,

сотрудников пресс-служб, пресс-центров, PR-специалистов и всех, чья деятельность связана с информационной работой. В нем публикуются методические и практические материалы, необходимые в работе каждого пиарщика, кейсы, примеры успешных PR-кампаний, технологии работы по продвижению компании, организации, органа власти или руководителя. Объем журнала 100 страниц. Стоимость подписки на журнал:

- печатная версия 6 мес. – 8 238 руб.; 12 мес. – 16 476 руб.;
- электронная версия (PDF): 6 мес. – 8 238 руб.; 12 мес. – 16 476 руб.;
- печатная версия + электронная версия 6 мес. – 10 709,4 руб.; 12 мес. – 21 418,8 руб. [12]

Помимо покупки подписки на сайте, некоторые издательства размещают номера своих изданий на «ЛитРес», в «Google Play» и «App Store». Например, журнал «Эксперт», которое является еженедельным деловым аналитическим изданием и стремится помочь российским компаниям в современном и сложном мире экономики и бизнеса, предлагает помимо возможности покупки подписки на определенное время, покупать по одному номеру. Стоимость подписки на журнал:

- стоимость одного номера в приложении «ЛитРес»: 75 руб.;
- стоимость одного номера на сайте журнала: 85 руб.;
- доступ к PDF версии печатного журнала: 1 мес. – 350 руб.; 3 мес. – 900 руб.; 6 мес. – 1740 руб.; 12 мес. – 3360 руб.;
- полный доступ ко всем материалам журнала на сайте Expert.ru: 1 мес. – 400 руб.; 3 мес. – 1100 руб.; 6 мес. – 1860 руб.; 12 мес. – 3600 руб.;
- еженедельная доставка печатной версии журнала: 3 мес. – 1230 руб.; 6 мес. – 2400 руб.; 12 мес. – 4680 руб.;
- стоимость подписки в «Google Play» и «App Store»: 1 мес. – 499 руб.; 3 мес. – 1390 руб.; 6 мес. – 2190 руб.; 12 мес. – 3390 руб.;
- полный доступ ко всем материалам журнала на сайте Expert.ru + Еженедельная доставка печатной версии журнала: 3 мес. – 1560 руб.; 6 мес. – 3060 руб.; 12 мес. – 6600 руб. [13].

Издания, которые не имеют печатных аналогов, как правило распространяются с помощью собственного сайта и социальных сетей таких как: «Вконтакте», «Инстаграм», «Яндекс.Дзен», «Одноклассники», «Facebook», «Telegram», «Twitter». Какие-то издания доступны по подписке, а какие-то бесплатно.

Так, например, электронное информационное издание «Дождь», предоставляет неограниченный доступ ко всему контенту сайта за 1850 руб. в год [10], а новостное электронное издание «Meduza» предоставляет свои материалы бесплатно [14].

К проблемам распространения электронных изданий, во-первых, можно отнести проблему сохранности и воспроизводимости электронных изданий. Эффективным способом решения этой проблемы является: своевременный перевод электронных изданий в новые распространенные компьютерные форматы, благодаря чему обеспечиваются условия для просмотра издания в будущем.

Во-вторых, проблему нелегального копирования и распространения интеллектуальной собственности в цифровой среде, т. е. проблему цифрового пиратства. Разрешить эту проблему можно следующим образом. С одной стороны, издатели должны увеличить объем легального предложения, создать удобный способ его поиска и активно продвигать его. С другой стороны, усилить правовую деятельность в плане контроля за распространением пиратских копий, т. е. вести активное судебное преследование правонарушителей [29].

К главным перспективам электронного книгоиздания и книгораспространения можно отнести использование новых форматов электронных изданий, которые не просто повторяют бумажный оригинал, а содержат в себе интерактивные элементы, например, при создании учебных, детских и справочных изданий использовать технологии дополненной реальности [37].

## **2 Особенности редакторской подготовки и способов распространения электронных изданий (на примере электронного издания «N+1»)**

### **2.1 Электронное издание «N+1»: общая характеристика**

«N+1» – это научно-популярное электронное издание развлекательного характера. Работает с 15 апреля 2015 года. В нем рассказываются самые интересные новости из мира науки, по мнению редакции.

Основными сотрудниками редакции научно-популярного электронного издания «N+1» являются:

- генеральный директор: Анна Кронгауз;
- издатель: Андрей Коняев;
- главный редактор: Илья Ферапонтов;
- заместитель главного редактора: Дмитрий Иванов;
- руководитель диджитал дистрибуции: Кабардукова Зухра;
- выпускающий редактор: Николай Воронцов;
- редактор: Елизавета Ивтушок, Василий Сычев, Григорий Копиев, Ольга Добровидова;
- реклама и партнерство: Егор Горшков, Богдан Порохняк, Юрий Цюпко [33].

В этом списке не указан специалист в сфере менеджмента, который занимался бы только вопросами управления, поэтому можно предположить, что функции менеджера выполняют: Анна Кронгауз и Илья Ферапонтов. Анна Кронгауз отвечает за оптимизацию структуры издательства, Илья Ферапонтов следит за эффективностью работы коллектива.

До этого Анна Кронгауз работала на должности издателя в электронном журнале «Русская жизнь». Главным редактором сначала был Андрей Коняев, кандидат физико-математических наук и бывший глава отдела «Наука» в «Ленте.ру». Сейчас он занимает должность издателя, а его место занял Илья

Ферапонтов, научный журналист и сооснователь научной редакции агентства РИА Новости [27].

Электронное издание «N+1» имеет множество достижений. Так оно стало лауреатом:

- Всероссийской премии «За верность науке» Министерства образования и науки РФ за лучший онлайн-проект о науке;
- Всероссийского конкурса инновационной журналистики TechinMedia'15 – Лучшее Интернет-СМИ по теме науки, инноваций и технологий;
- премии Snob.ru «Сделано в России – 2015» в категории Медиа.

Освещаемые темы: биология, физика, химия, математика, филология, новые технологии, гаджеты, оружие, космические исследования, философия, лингвистика, психология, история и археология.

## **2.2 Особенности формирования содержательной концепции электронного издания «N+1»**

Электронное издание «N+1» ориентируется на молодую аудиторию (1980 год рождения и младше) и подает научные новости нестандартным образом, так как адаптирует их под социальные сети и изучает интересы читателей при помощи современных научных техник.

Их уникальное предложение заключается в том, что команда электронного издания «N+1» создает и продвигает научно-популярный контент сразу во многих научных областях привлекая большее количество читателей, в отличие от того же электронного издания «Компьютерра», концентрирующем внимание на современных технологиях.

На главной странице сайта выделено 4 основных раздела:

- «Астрономия». Новости касающиеся описания астрономических объектов, явлений, открытиях небесных тел и информации о спутниках разных планет, астероидах, кометах, галактиках.

– «Физика». Рассказывается о проведении различных экспериментов, и их практическая значимость в настоящем времени или ближайшем будущем.

– «Биология». Содержит новости, посвященные актуальным исследованиям разнообразию жизни на земле, проблеме вымирающих видов, открытиям в медицинской области.

– «Роботы и дроны». Новости касающиеся развития в современной робототехнике, новых возможностей использования роботов.

Под ними располагаются 4 дополнительных раздела, которые меняются со временем. Раньше, в 2019 году, там располагались разделы: «Движение вверх», «Научные закрытия», «Блокчейн», «Мастерская будущего». На сегодняшний день, в 2020 году, там располагаются 4 новых раздела:

– «Давайте разберемся». Содержит статьи, посвященные объяснению и изучению какого-либо явления, предмета и т.д.

– «Книжная полка». В этом разделе публикуются отрывки из новых научно-популярных изданий, интервью с авторами.

– «Курсы». Информация о разнообразных научно-популярных мероприятиях с целью получения новых знаний.

– «Коронавирусные хроники». Этот раздел содержит материалы, посвященные тому, как развивается ситуация с новым коронавирусом [15].

Дизайн сайта удобный, так как пользователь быстро находит элементы управления и навигации на главной странице сверху сайта. При переходе с главной страницы в какой-либо раздел, белый блок с его названием выделяется оранжевым цветом. Это помогает ориентироваться пользователю при исследовании сайта.

На рисунке А.1 можно увидеть, что главная страница не перегружена информацией (Приложение А). На ней представлены новости, выложенные сегодня и несколько самых важных за прошлый день. В самом низу страницы можно ознакомиться с подборкой самых сложных статей, выложенных на сайт

за последние две недели. Поиск нужных материалов из той или иной научной области осуществляется без проблем по разделам или системе тегов.

Как показано на рисунке А.2 реклама на сайте присутствует и расположена сверху страницы сайта и по правую сторону материалов (Приложение А). Данное решение является удачным, так как реклама обращает на себя внимание, но при этом не мешает пользователю при прочтении статей.

Особенность данного сайта является использование оценки материалов от 0 до 10 в зависимости от их сложности. Этот параметр является коллективной оценкой редакцией интеллектуальных усилий, которые понадобились при написании и редактировании статьи и прямо пропорциональны усилиям, которые потребуются аудитории при прочтении [15].

### **2.3 Особенности работы редактора над электронным изданием «N+1» и способы его распространения**

В данном случае перед нами стоит задача выявить основные особенности работы редактора над журналистскими материалами.

Редакторский анализ текста будет осуществляется в следующей последовательности:

- определить целевую читательскую аудиторию, которой предназначен текст;
- выявить соответствие содержания статьи к ее заглавию;
- выявить соответствие указанной сложности статьи к ее содержанию;
- определить насколько соответствует статья уровню научно-популярного издания;
- спрогнозировать результаты чтения.

С помощью этого анализа мы проанализируем статьи интернет-издания «N+1», разной сложности и одной области науки – физики.

Анализ статьи «Физики научились программировать макароны» от 25 мая 2017 года.

В данной статье простым языком рассказывается о том, как физики из Массачусетского технологического института научились программировать форму будущих макаронных изделий. Отсюда следует, что содержание статьи полностью соответствует ее названию.

Уровень сложности статьи указан как 2.7. В статье нету сложных терминов, но читателям надо понимать принцип работы 4D-печати. Но даже если они их не знают, автор Владимир Королев вставляет гиперссылку на материал с этого же сайта «4D-печать позволила создать «быстрые» материалы с памятью формы». Это сделано для удобства читающих, чтобы им не надо было тратить время на поиски самостоятельно, и с целью познакомить их с особенностями работы 4D-печати.

Иллюстрации помогут понять, как расположение полосок целлюлозы повлияет на форму пасты после погружения в воду. Видео продемонстрирует процесс изготовления таких макарон и способы их приготовления. Отсюда следует, что статья предназначена для читателей-неспециалистов.

Ее вполне можно было бы увидеть и в каком-нибудь не научно-популярном издании, так в ней простым языком сообщается о новом подходе к изготовлению пасты.

К прогнозам можно отнести заинтересованность производителей макаронных изделий в новом методе, так как он может помочь им сократить расходы на доставку (обычно в упаковках объем воздуха занимает более 67 процентов). Статья будет интересна и для массовой аудитории, так как узнавать о новых способах создания вещей, окружающих нас каждый день, может изменить нашу жизнь кардинальным образом.

Анализ статьи «Исключительное звучание скрипок Страдивари связали с их высоким «голосом» от 25 мая 2018 года.



В данной статье хотя и рассказывается об истории создания скрипок и их способах изготовления, о характеристиках человеческого голоса, но все это сделано с целью того, чтобы читатели, не имеющие отношения к музыке, смогли без проблем понять главную тему статьи: причины исключительного звучания скрипок Страдивари. Поэтому содержание статьи полностью соответствует ее названию.

Уровень сложности статьи указан как 5.1. Читателям надо знать и понимать значение терминов из физики, например, что такое форманты и линейно предиктивное кодирование. Не помешало бы и разбираться в музыке, уметь отличать бас и баритон от тенора и контральто. График, демонстрирующий сравнение средней длины голосового тракта у певцов и певиц и у старых инструментов, адаптирован и понятен для массового читателя. Отсюда следует, что статья предназначена для людей имеющих среднее образование и обладающих общим представлением о мире, а также она полностью соответствует уровню научно-популярного издания.

Статья будет интересна для людей, увлекающихся музыкой.

Анализ статьи «Физик уточнил скорость распада ложного вакуума» от 7 мая 2018 года.

Название статьи соответствует ее содержанию, так как в ней сообщается о том, что физик-теоретик из Стэнфорда вычислил точную скорость распада ложного вакуума, объясняется процесс вычисления и значимость для будущих исследований.

Уровень сложности статьи указан как 9.5. В ней подробно описываются этапы вычисления, произведенные Адамом Брауном. Для этого используют большое количество физических понятий таких как: поля Хиггса, распад ложного вакуума, пространство де Ситтера. Также предполагается, что читающие знакомы с квантовой теорией поля и теоремой Голля. На основании этого мы можем сделать вывод, что статья предназначена для специалистов в области физики и смежных областей. Полностью оправдан уровень поставленной сложности.

По содержанию статья соответствует уровню научно-популярного издания, не смотря на свою сложность, так как одни физические понятия объясняются в ходе повествования, с другими можно ознакомиться при переходе по гиперссылкам, указанным в статье.

В первую очередь статья будет представлять интерес для учащихся на научно-технических факультетах, например, физико-математическом, а также для людей, изучающих физику для себя в свободное время.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что кроме традиционных этапов работы редактора над журналистскими материалами, таких как выявление целевой читательской аудитории, определение соответствия между содержанием статьи и ее заглавием и др., при редактировании материалов издания «N+1» осуществляется деятельность по выявлению уровня сложности содержания статьи, по определению соответствия языка и содержания статьи указанному уровню сложности и в целом уровню научно-популярных изданий, по прогнозированию результатов чтения.

За месяц сайт издания посещает более 2 миллионов человек. Еженедельный охват в социальных сетях 500 тысяч человек. Суммарный охват площадок – более 4 миллионов человек в месяц (в 2018 году суммарный охват площадок был более 3 миллионов человек в месяц). По этим данным можно сделать вывод о том, что при разработке концепции проекта издания «N+1» были правильно определены сегмент рынка и целевая группа потребителей, потому что аудитория площадки увеличилась на 1 миллион за 1 год.

Электронное издание «N+1» использует современные технологии при создании контента для публикаций, а также имеет аккаунты на многих социальных платформах, которые использует для распространения своего издания: «Вконтакте», «Инстаграм», «Яндекс.Дзен», «Яндекс.Знатоки», «Одноклассники», «Facebook», «Soundcloud», «Telegram», «Twitter». Благодаря всему этому оно привлекает большее количество читателей.

К каналам продвижения электронного издания «N+1» относятся:

- сайт N + 1 (по средствам гиперссылок);
- редакционные и дружественные группы в социальных сетях (Facebook, Вконтакте, Twitter, Инстаграм, Одноклассники);
- группа Вконтакте «Образовач» – номинант премии 2015 «За верность науке» Министерства образования РФ.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе написания курсовой работы по теме исследования была изучена специальная литература, включающая учебные пособия по подготовке издания к выпуску, благодаря чему были подробно рассмотрены особенности подготовки электронного издания и способы его распространения.

В первом разделе были изучены: понятие термина «электронное издание» и классификация электронных изданий. Это понятие появилось в последние десятилетия XX века и означало издание, хранимое в памяти компьютера или в специальном запоминающем устройстве долговременного типа. Сегодня электронным изданием называют то издание, которое содержит в себе совокупность графической, текстовой, цифровой, речевой, музыкальной, видео-, фото- и другой информации для использования, которого необходимы средства вычислительной техники.

Существующие сегодня электронные издания имеют многослойный характер и требуют классификации. Электронные издания можно разделить по следующим признакам: 1) периодичность издания (периодические, непериодические); 2) вид издания (общие, научные, учебные, детские и т.д.); 3) способ распространения (на CD-ROM, сетевые); 4) формат издания (PDF, гипертекстовые, сценарные, мультимедийные).

Также были раскрыты и изучены особенности работы редактора при подготовке электронного издания:

- учитывать размещение блоков информации на поверхности экрана;
- работать с простыми по начертанию гарнитурами;
- следить за удобочитаемостью электронного текста;
- обязательно использовать нетекстовые элементы;
- учитывать особенности реакции пользователя на стиль оформления электронного текста.

Продажи электронных изданий растут с каждым годом, и способствует этому перспективное использование интерактивных элементов в электронных изданиях.

Существует несколько способов распространения электронных изданий. Как правило, издания, которые имеют печатный аналог, распространяется на сайте издания в качестве PDF файла или на «ЛитРес», в «Google Play» и «App Store». Издания, которые не имеют печатных аналогов, как правило, распространяются с помощью собственного сайта и социальных сетей.

Во втором разделе мы познакомились с интернет-изданием «N+1». «N+1» – это научно-популярное интернет-издание развлекательного характера, работающие с 15 апреля 2015 года. В нем освещаются самые интересные, по мнению редакции, новости из мира науки, касающиеся всех отраслей научного знания. За месяц сайт издания посещает более 2 миллионов человек. Ежедневный охват в социальных сетях 500 тысяч человек. Помимо собственного сайта использует для распространения своего издания аккаунты на многих социальных платформах, таких как «ВКонтакте», «Инстаграм», «Яндекс.Дзен», «Яндекс.Знатоки», «Одноклассники», «Facebook», «Soundcloud», «Telegram», «Twitter».

В ходе редакторского анализа материалов издания был сделан вывод о том, что редактор при работе над статьей помимо традиционных этапов работы, таких как выявление целевой читательской аудитории, определение соответствия между содержанием статьи и ее заглавием и др., следит за соответствием указанному уровню сложности статьи к ее содержанию и в целом уровню научно-популярных изданий.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения. – Москва : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2004. – 41 с.
- 2 ГОСТ Р 7.0.83-2013. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. – Москва : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2014. – 19 с.
- 3 Алисов, А. А. История создания электронных изданий / А. А. Алисов, С. В. Кондратенко, А. А. Кузьменко [и др.] // Эргодизайн. – 2018. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-sozdaniya-elektronnyh-izdaniy> (дата обращения: 29.03.2020).
- 4 Антонова, С. Г. Редакторская подготовка изданий / С. Г. Антонова. – Москва : Логос, 2004. – 496 с. – ISBN 5-8122-0285-0.
- 5 Белозеров, В. Н. Классификации электронных изданий и их стандартизация / В. Н. Белозеров // Библиотека по естественным наукам РАН : [сайт]. – 2020. – URL: [http://www.benran.ru/SEM/Sb\\_13/sbornik/79.pdf](http://www.benran.ru/SEM/Sb_13/sbornik/79.pdf). (дата обращения 18.03.2020).
- 6 Болховитинова, С. М. Композиция изданий : Особенности проектирования различных типов изданий / С. М. Болховитинова. – Москва : МГУП, 2000. – 166 с. – ISBN 5-8122-0172-2.
- 7 Бочаров, К. А. Технологии создания электронного издания // Гаудеамус. – 2014. – №2 (24). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-sozdaniya-elektronnogo-izdaniya> (дата обращения: 10.04.2020).
- 8 Вуль, В. А. Электронные издания / В. А. Вуль. – Санкт-Петербург : Петербургский институт печати, 2001. – 308 с. – ISBN 5-93422-015-2.
- 9 Гасов, В. М. Методы и средства подготовки электронных изданий / В. М. Гасов, А. М. Цыганенко. – Москва : МГУП, 2002. – 735 с. – ISBN 5-8122-0427-6.
- 10 Главная страница электронного издания «Дождь» // Дождь [сайт]. – 2020. – URL: <https://tvrain.ru> (дата обращения: 30.03.2020).

- 11 Главная страница электронного издания «Наука и жизнь» // Наука и жизнь [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.nkj.ru> (дата обращения: 30.03.2020).
- 12 Главная страница электронного издания «Пресс-служба» // Пресс-служба [сайт]. – 2020. – URL: <http://press-service.ru> (дата обращения: 30.03.2020).
- 13 Главная страница электронного издания «Эксперт» // Эксперт [сайт]. – 2020. – URL: <https://expert.ru> (дата обращения: 30.03.2020).
- 14 Главная страница электронного издания «Meduza» // Meduza [сайт]. – 2020. – URL: <https://meduza.io> (дата обращения: 30.03.2020).
- 15 Главная страница электронного издания «N+1» // N+1 [сайт]. – 2020. – URL: <https://nplus1.ru> (дата обращения: 14.04.2020).
- 16 Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдинов. – Москва : Юрайт, 2020. — 439 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/455187> (дата обращения: 22.03.2020). – ISBN 978-5-534-06330-1.
- 17 Григорьева, Е. И. Электронные издания. Технология подготовки / Е. И. Григорьева. – Москва : Юрайт, 2019. – 439 с. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441877> (дата обращения: 20.03.2020). – ISBN 978-5-534-06328-8.
- 18 Жебит, М. Э. Электронное издание: проблема определения / М. Э. Жебит, Е. П. Шеметова // Вестник НГПУ. – 2015. – №6 (28). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-izdanie-problema-opredeleniya> (дата обращения: 17.03.2020).
- 19 Инструкция о порядке рассмотрения и утверждения грифа Минобразования России на учебные электронные издания // КонсультантПлюс [сайт]. – 2020. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=324096&dst=100045#00214422924245099> (дата обращения: 17.03.2020).

20 Карамашева, Е. Создание индивидуального облика издания / Е. Карамашева // КомпьюАрт [сайт]. – 2020. – URL: <https://compuart.ru/article/9115> (дата обращения: 28.03.2020).

21 Климова, М. А. Электронные издания: виды, требования, регистрация и налогообложение // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2010. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnye-izdaniya-vidy-trebovaniya-registratsiya-i-nalogooblozhenie> (дата обращения: 20.03.2020).

22 Книжный рынок России: Состояние, тенденции и перспективы развития. – Москва : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. – 89 с. – URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2019/otr-doklad-kn-rynok-2018.pdf> (дата обращения: 12.03.2019).

23 Комосов, А. Ю. Обзор методов создания электронных изданий // Вестник МГУП. – 2011. – №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-metodov-sozdaniya-elektronnyh-izdaniy> (дата обращения: 29.04.2020).

24 Лаврентьева, А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика / А. Н. Лаврентьев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 208 с. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445451> (дата обращения: 10.04.2020). – ISBN 978-5-534-11512-3.

25 Лория, А. В. Электронное издание на базе гипертекста / А. В. Лория // eLIBRARY [сайт]. – 2020. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15971069> (дата обращения: 20.03.2020).

26 Миронова, М. В. Проектирование и анализ концепции книжных изданий / М. В. Миронова, А. М. Лобин. – Ульяновск : УлГТУ, 2009. – 110 с. – ISBN 978-5-9795-0470-4.

27 «Образовач» запустил сайт о науке N+1 // TJournal : [сайт]. – 2020. – URL: <https://tjournal.ru/54712-n-plus-one-obrazovach> (дата обращения: 15.04.2020).



28 Олексюк, А. В. Эволюция, современное состояние и перспективы развития электронного книгоиздания // Педагогическая наука и практика. – 2016. – №3 (13). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivu-razvitiya-elektronnogo-knigoizdaniya> (дата обращения: 11.04.2020).

29 От мифов про пиратов к реальной жизни в цифровом мире // Планета е-книг : [сайт]. – 2020. – URL: <http://blog.rgub.ru/ekniga/2012/12/07/ot-mifov-pro-piratov-k-realnoj-zhizni-v-cifrovom-mire/> (дата обращения: 12.04.2020).

30 Осин, А. В. Основные положения концепции образовательных электронных изданий и ресурсов. – Москва : Республиканский мультимедиа центр, 2003. – 108 с. – ISBN 978-5-4224-1121-4.

31 Пронина, Л. А. Проблемы создания и использования электронных изданий / Л. А. Пронина, Н. Е. Копытова // Вестник российских университетов. Математика. – 2003. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sozdaniya-i-ispolzovaniya-elektronnyh-izdaniy> (дата обращения: 13.04.2020).

32 Прохоренков, В. Б. The-eBook. Книга об электронных книгах: основы, контент, устройства, программы / В. Б. Прохоренков. – Москва : Директ-Медиа, 2016. – 460 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434749> (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-4475-6221-2.

33 Рекламодателям // N+1 [сайт]. – 2020. – URL: <https://nplus1.ru/adv> (дата обращения: 15.04.2020).

34 Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации / Е. Ю. Сергеев. – Москва : Юрайт, 2019. – 227 с. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431687> (дата обращения: 18.03.2019). – ISBN 978-5-534-10856-9.

35 Смирнов, А. К. К вопросу распространения электронных версий журналов // Научная периодика: проблемы и решения. – 2011. – №1. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-rasprostraneniya-elektronnyh-versiy-zhurnalov> (дата обращения: 27.03.2020).

36 Сотникова, О. П. Интернет-издания от А до Я: Руководство для веб-редактора. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 160 с. – ISBN 978-5-7567-0723-6.

37 Хлопунова, О. В. Рынок электронных книг России: современное состояние, проблемы и перспективы развития / О. В. Хлопунова, А. Д. Будников. // Вопросы экономики и управления. – 2017. – № 1 (8). – URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/51/1761/> (дата обращения: 29.03.2020).

38 Чикунов, И. М. «Электронные издания: определение, классификация» / И. М. Чикунов // НОК CLAIM [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.it-claim.ru/Library/Books/ITS/wwwbook/ist4b/its4/chikunov.htm> (дата обращения: 15.03.2020).

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Страницы сайта электронного издания «N+1»

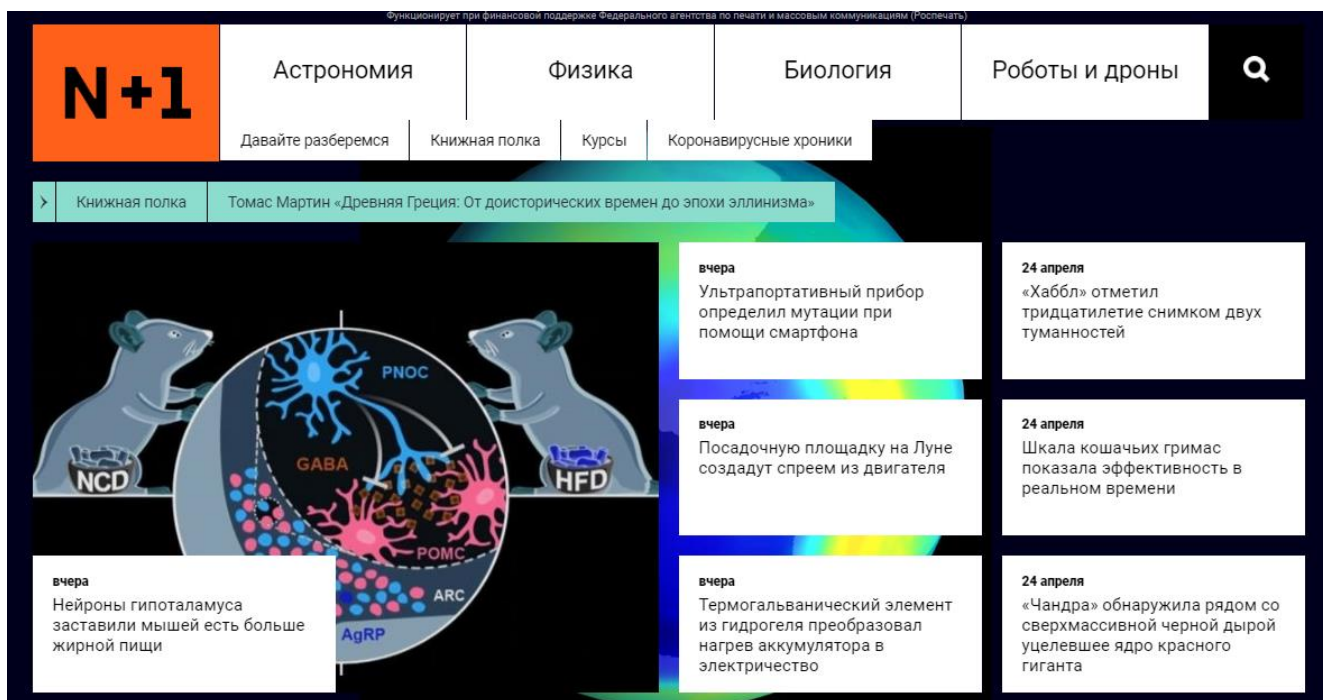


Рисунок А. 1 – Главная страница сайта электронного издания «N+1»

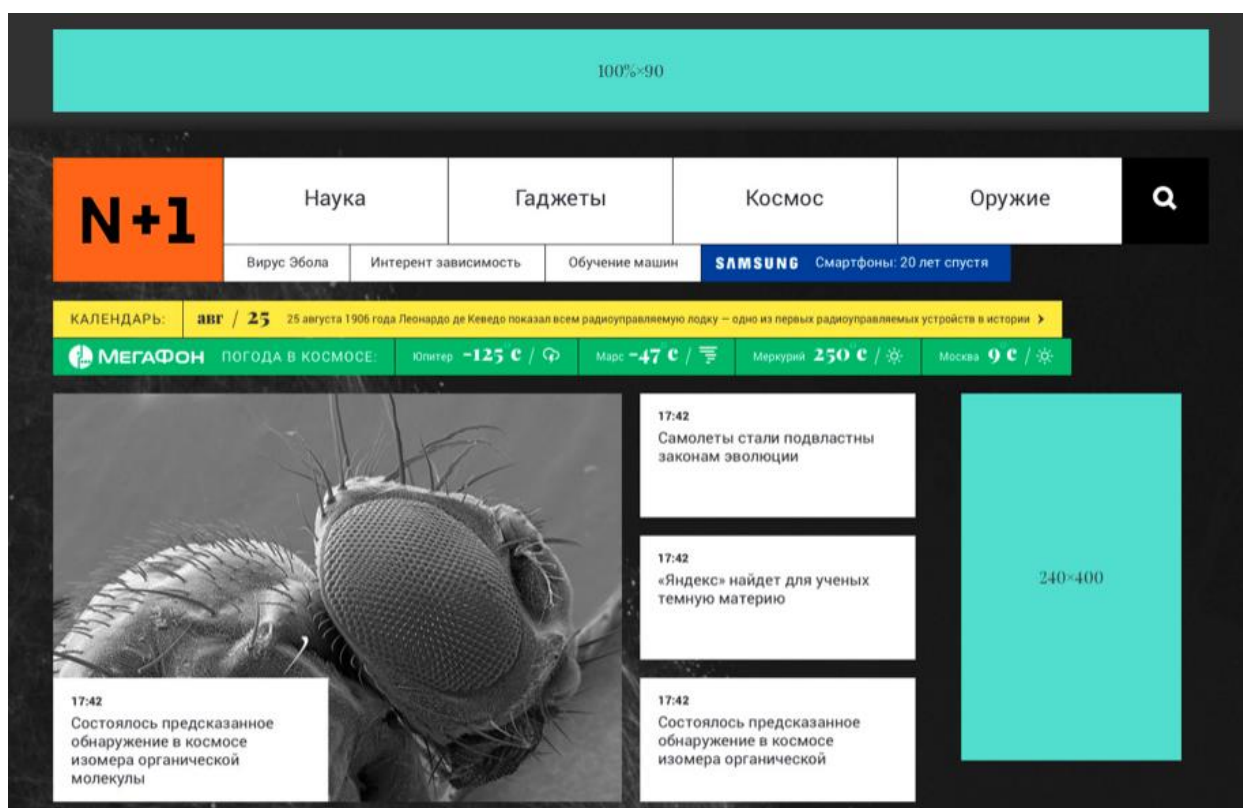


Рисунок А.2 – Расположение рекламы на страницах сайта электронного издания «N+1»