

# Современный редактор – ключевая фигура в КНИГОИЗДАНИИ

**Ключевые навыки и зоны ответственности**

Подготовил: директор Департамента художественной литературы  
издательства «АСТ» Рубис С.А.

# Содержание

1. Эволюция профессии редактор за последние 50 лет
2. Специализация в деятельности редактора
3. Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора
  - 3.1 Редактор и маркетинг
  - 3.2 Редактор, как менеджер проекта
  - 3.3 Связка редактор-правообладатель, как важнейшая составляющая успеха
4. Редактор, интернет-платформы и жизнь в цифровую эру

# 1. Эволюция профессии редактор за последние 50 лет

- Редактор советской эпохи. Цензура и редакционные советы
- Постсоветский период (Эпоха 90-х). Новое время и новые возможности. Производственный тип мышления
- Преодоление кризиса 98-го года. Стремительный рост рынка и приход маркетинга в издательскую отрасль.
- Начало очередного кризиса и падение рынка (2008 год). Переход от традиционного бумажного книгоиздания к цифровой эре в книжном бизнесе

## 2. Специализация в деятельности редактора

**Существует четыре основных направления деятельности редакторов:**

- Художественная литература
- Нехудожественная литература
- Детская литература
- Учебная литература

Каждому из них присуща своя специфика в работе, но всех их объединяет одно – каждый редактор должен понимать свою целевую аудиторию и в своей работе отвечать на ее запросы

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг.

**Существует два подхода к изданию книг, но оба они основаны на одном и том же – понимании потребностей тех людей, для которых редактор делает книги**

- Текст рулит, или как и где найти талантливого автора и что с этим дальше делать?
- Идея forever, или как создать бестселлер на основе анализа рынка и собственных идей

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг (продолжение)

## **Текст рулит, или как и где найти талантливого автора**

- Традиционный самотек (российский и зарубежный)
- Платформы для самиздата
- Анализ мирового книжного рынка и покупка прав
- Сотрудничество с литературным сообществом (литературные критики, литагенты, профильные журналы и газеты)
- Массовые СМИ
- Соцсети

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг (продолжение)

## **Текст рулит, или что с автором дальше делать?**

- Тестирование текста на экспертах или целевой аудитории
- Обратная связь автору и при необходимости доработка текста в соответствии с пожеланиями целевой аудитории (для отечественных авторов)
- Поиск подходящего для данного текста переводчика и редактора для иностранного текста
- Выработка стратегии публикации полученного произведения (издание в рамках существующих серий, создание новой межавторской серии, создание персональной авторской серии)

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора.

## Редактор и маркетинг (продолжение)

### **Идея forever, или как создать бестселлер на основе анализа рынка и собственных идей**

- Анализ открытых источников информации с целью выявления текущих потребительских предпочтений (статистика ВЦИОМ, Книжной палаты, специализированных СМИ, Росстата, Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, открытых рейтингов продаж книжных и интернет магазинов, читательских отзывах в интернет-магазинах)
- Анализ закрытых источников информации с целью выявления текущих потребительских предпочтений (специализированные исследовательские панели (Гэллап Медиа, Синовейт Комкон, Нильсен), рейтингов продаж книжных и интернет магазинов, не попадающих в открытый доступ)



# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг (продолжение)

## **Идея forever, или как создать бестселлер на основе анализа рынка и собственных идей**

- Анализ современных трендов по средством изучения СМИ, информации в соцсетях, различных интернет-платформах и интернет-каналах, видеоблогах и т.д.
- Анализ современных трендов на основе информации из ведущих мировых СМИ, рейтингов продаж и другой открытой информации (журналы Bookseller и Bookreview, рейтинги книг на Amazon, рейтинги книг в New York Times и т.п.)
- Анализ наиболее заметных медиасобытий (фильмы, сериалы, компьютерные игры)
- Работа с трендсеттерами (медиаперсоны, признанные специалисты с определенных областях)

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг (продолжение)

## **Идея forever, или как создать бестселлер на основе анализа рынка и собственных идей**

- Разработка позиционирования продукта на рынке и создания ТЗ на разработку книги
- Поиск автора или авторов (в том числе, художников и дизайнеров) под ТЗ
- Разработка структуры или синопсиса книги
- Создание пробного куска произведения
- Оценка качества созданного продукта (как вариант тестирование его у экспертов или на целевой аудитории). В случае необходимости внесение требуемых корректив
- Создание окончательного продукта, проведение тестирования у экспертов или на целевой аудитории, принятие окончательного решения об издании полученного продукта либо доработке в случае необходимости

# 3.1 Ключевые компетенции и зоны ответственности современного редактора. Редактор и маркетинг (продолжение)

**Важнейшие составляющие книги, посредством которых передается информации целевой аудитории**

- Обложка
- Аннотация, выдержки из текста
- Продающие слоганы на обложку (отзывы авторитетных СМИ, медиаперсон, эмоционально заряжающие фразы и т.д.)
- Знак логотипа автора, серии
- Текст о серии, авторе
- Иллюстрации, фотографии
- Реклама в книге (цветная и/или черно-белая)

## 3.2 Редактор, как менеджер проекта

### **Основные этапы и зоны ответственности редактора, как менеджера проекта**

- Определение основных технологических параметров проекта
- Расчет себестоимости проекта
- Выбор ценовой стратегии на книгу на основе одной из трех моделей: себестоимости продукции, текущих цен конкурентов, эластичности спроса на данную группу товаров
- Создание брифа с основным маркетинговым аппаратом продукции (описание целевой аудитории, самого продукта, каналов продаж проекта, а также сопроводительные тексты на обложку, аннотация, слоганы) с целью разработки обложки, а также дальнейшего его использование для последующих коммуникаций со смежными подразделениями, такими как дистрибуция, рекламные, PR и интернет департаменты

## 3.2 Редактор, как менеджер проекта (продолжение)

### Основные этапы и зоны ответственности редактора, как менеджера проекта

- Участие в создании обложки, обсуждение эскизов и вариантов обложек с дизайнерами
- Принятие решения о доработке или окончательном утверждении обложки
- Участие в создании оригинал-макета книги (особенно по книгам с большим количеством иллюстраций и картинок внутри)
- Определение даты старта проекта и периодичности выхода книг
- Отслеживание этапов прохождения проекта
- Создание продающих текстов для менеджеров по продажам и читателей
- Участие в рабочих группах, направленных на увеличение продаж проекта
- Окончательное решение о цене на книгу, а также дате выставления ее в продажу
- Самостоятельное продвижение проекта посредством соцсетей

# 3.3 Связка редактор-правообладатель, как важнейшая составляющая успеха

## Особенности взаимодействия между редактором и автором

- Надо постараться понять, «где у автора кнопка», или что и как его мотивирует писать
- Можно уступать автору в малом, но никогда не идти на поводу по принципиальным вопросам. Лучше расставлять все точки над «и» сразу, давая понять кто и за что отвечает в проекте, при этом подчеркивая, что вы плывете в одной лодке
- Важно внимательно слушать автора, чтобы он вам не говорил
- Любой конфликт использовать во благо, никогда не переходить на личности и не переводить его в эмоциональную плоскость
- Нужно искренне уважать и ценить авторов, помня о том, что редактор является лишь мостиком между писателем и читателями
- Следует помнить, что авторы – натуры творческие, со всеми вытекающими отсюда последствиями (часто психически не стабильные, могут быть завистливыми и обидчивыми)
- Основой плодотворной и долгосрочной работы между автором и редактором является **ДОВЕРИЕ** 😊

## 4. Редактор, интернет-платформы и жизнь в цифровую эру

**Вот некоторые из возможностей, которые дала и дает редактору цифровая эра:**

- Сбор информации в любом месте и в любое удобное время из открытых источников
- Получение прямой обратной связи от читателей
- Возможность тестирования продуктов доступными и малобюджетными методами на целевых аудиториях
- Дополнительной способы реализации проектов через существующие и возникающие форматы (электронные книги, аудиокниги, подписные сервисы)
- Возможность самому влиять на продвижение и продажи книг

**Создавая продукты следует помнить, что мир изменился и продолжает меняться каждый день. ВАЖНО УСПЕТЬ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СВОЙ ШАНС!!!**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ 😊