



### **Разработчики программы:**

1. Савченко Любовь Васильевна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»;
2. Ронгинская Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»;
3. Шум Ольга Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и издательского дела, факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

## 1. Пояснительная записка

Программа вступительного междисциплинарного испытания для поступления на обучение по образовательной программе высшего образования – программе магистратуры, составлена на основании Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 14.10.2015 № 1147, с изменениями, утвержденными приказом Министерства образования и науки РФ от 29.06.2016 № 921, Правил приема по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» на 2017-2018 учебный год, утвержденных приказом ректора университета от 30.09.2016 № 914, федерального государственного образовательного стандарта направления подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 20.10.2015 №1168.

Форма проведения вступительного испытания – устное собеседование.

Целью вступительного междисциплинарного испытания является выявление базовых и оценка знаний и умений абитуриента по основным направлениям обучения, сформированным при освоении программы бакалавриата, а именно: по филологическим основам редакционно-издательской деятельности (русский язык и литература), теории редакционно-издательской подготовки изданий, экономическим, управленческим и правовым основам редакционно-издательской деятельности.

Задачи устного собеседования:

- выявить знания абитуриента в области речевой культуры, функциональной стилистики, активных процессов в русском языке, теории дискурса и литературоведческой теории;
- выявить умение применять теоретические положения для решения практических задач;
- оценить знание основ истории книжного дела и специфику современного редакционно-издательского процесса;
- выявить знания абитуриентов по теории редакционно-издательской подготовки изданий и умения, связанные с проектированием изданий разных типов и видов;
- проверить владение базовыми знаниями по теории маркетинга, менеджмента в книжном деле, его правовым основам.



## 2. Содержание программы

### 1. Филологические основы редакционно-издательской деятельности.

#### 1. Языковая норма в динамическом аспекте и проблемы кодификации языка

Понятие речевой культуры. Речевая культура и культура речи: соотношение понятий. Понятие «языковая норма». Виды норм. Понятие «стилистическая норма». Понятие «вариантности» («вариативности»). Причины появления вариантов. Классификация языковых вариантов. Динамический взгляд на языковую норму. Типология речевых ошибок.

#### 2. Функциональные стили

Понятие «функциональный стиль русского языка». Функциональный подход к выделению и определению стилей. Книжные функциональные стили и разговорно-обиходный функциональный стиль: критерии противопоставления. Вопрос о месте языка художественной литературы и язык СМИ в системе функциональных стилей. Изменение системы функциональных стилей под воздействием коммуникативной ситуации конца XX - начала XXI века. Вопрос о статусе профессионального и эпистолярного стилей.

#### 3. Основы теории дискурса. Интерпретация понятия «текст» в современной лингвистике

Различные подходы к определению понятия «дискурс». Соотношение понятий «дискурс» и «функциональный стиль». Типология дискурса. Конститутивные признаки дискурса. Виды институционального дискурса. Дискурс и речевой жанр. Текст как структурное целое. Функции текста в понимании различных исследователей. Проблема разграничения устных и письменных текстов. Вопрос об отнесении к тексту афоризмов, вывесок, названий. Текст и дискурс. Гипертекст: понятие и генезис. Гипертекст печатный и электронный. Основные свойства электронного гипертекста.

#### 4. Активные процессы в лексике и фразеологии

Основные семантические процессы в современной лексике. Изменение коннотаций, возникновение слов-фантомов, появление новых эвфемизмов. Новые заимствования, их происхождение. Причины появления новых слов в языке и способы их адаптации к системе языка. Феномен моды в лингвистике. Проблемы использования заимствований в СМИ.

#### 5. Активные процессы в словообразовании

Неологизмы, окказиональные и потенциальные слова. Причины появления новых слов и способы их адаптации к системе языка. Изменение продуктивности словообразовательных типов, моделей, средств, возникновение новых способов слов ообразования неологизмов. Активные процессы в образовании сложных слов.

#### 6. Активные процессы в морфологии

Действие тенденции к аналитизму и ее проявление в разных группах

грамматических единиц. Сдвиги в грамматических формах рода, числа и падежа существительных. Новые явления в грамматических категориях глагола и прилагательного.

### **7. Активные процессы в синтаксисе**

Влияние разговорной речи как внешний и внутренний фактор, определяющий изменения в синтаксисе. Новые явления в синтаксисе: активность присоединительных и парцелированных конструкций; сегментация высказываний; контаминация простого и сложного предложений, активизация несогласуемых и неуправляемых словоформ, замена беспредложных сочетаний предложными, рост согласования по смыслу.

### **8. Язык и литература**

Современный отечественный и зарубежный литературный процесс. Основные теоретические понятия (тема, идея, пафос, проблематика, сюжет, композиция, система персонажей, компоненты предметной изобразительности). Изобразительно-выразительные средства: тропы и стилистические фигуры. Литературные роды и жанры. Гипертекст как явление постмодернизма. Изменение отношений «автор - читатель» в гипертекстовом пространстве.

## ***2. Редакционно-издательская деятельность: подготовка изданий***

### **1. Развитие книжного дела и редактирования в процессе становления отечественного книгоиздания: характеристика основных этапов**

Особенности развития книжного дела в древности. История книги в IX-XIX веках: рукописная книга, изобретение книгопечатания, печатные и электронные издания. Развитие редактирования в период летописания и становления древнерусской литературы, в первопечатнокнижный период. Использование редакторского опыта писателей и ученых в формировании теории и методики редактирования. Значение опыта прошлого для современной редакционно-издательской практики.

### **2. Современная редакционно-издательская практика как показатель книжной культуры**

Современное книжное дело, его основные составные части: издательское дело, полиграфия, книжная торговля, библиография и библиотечное дело. Природа и сущность редакционно-издательской деятельности. Система издательств, тематика и типы изданий. Книжные ярмарки.

### **3. Роль редактора в современном редакционно-издательском процессе: новые функции редактора в меняющемся мире**

Редактор как субъект редакционно-издательского процесса. Условия успешности деятельности современного редактора. Составляющие редакторской деятельности в процессе подготовки издания: основные виды

деятельности, основные функции редактора. Требования к современному редактору.

#### **4. Редакционно-издательский процесс (РИП): его сущность, этапы, цели и задачи**

Определение понятия редакционно-издательский процесс. Четыре основных этапа РИП: 1) создание произведения и планированием работы; 2) подготовка произведения к изданию; 3) полиграфическое исполнение издания; 4) распространение издания. Цели и задачи каждого этапа РИП.

#### **5. Редакторский анализ как метод профессиональной деятельности редактора**

Определение понятия. Цели и задачи редакторского анализа как основного метода профессиональной деятельности. Пять аспектов анализа: идейно-тематический, содержательный, композиционный, языково-стилистический, редакционно-технический.

#### **6. Принципы оценки авторского оригинала в аспекте современного редакторского анализа**

Определение понятия «авторский оригинал». Редакторский анализ и оценка темы, уровня ее разработки, степени литературной отделки. Участники процесса оценки, роль редактора. Составление редакционного заключения, его назначение и отображаемые в нем решения. Рецензирование авторского оригинала. Задачи рецензирования. Издательское и внешнее рецензирование. Принятие решения о редакционной обработке авторского оригинала.

#### **7. Роль редактора в подготовке аппарата издания**

Определение понятия «аппарат издания». Состав аппарата издания. Задачи редактора по подготовке аппарата издания. Редактор как организатор и исполнитель работ по созданию аппарата. Основные этапы работы редактора над аппаратом издания.

#### **8. Принципы разработки концепции издания: взгляд редактора на сущность издания, содержание, редакционно-технические и полиграфические средства исполнения**

Определение понятия «концепция издания». Концепция издания как отражение основной точки зрения редактора на издание. Отражение в концепции основных видо-типологических признаков будущего издания. Учет в концепции издания его рентабельности, экономической ситуации в издательстве, возможностей полиграфической базы, творческих и производственных возможностей редакционного коллектива.

#### **9. Система современных изданий: неперидические, периодические, продолжающиеся издания. Общая типологическая характеристика**

Понятие издания. Типовая структура и состав издания, основная часть и аппарат издания. Неперидические, периодические, продолжающиеся издания. Виды неперидических изданий. Виды периодических изданий. Общие и специфические требования к подготовке периодических изданий. Виды продолжающихся изданий.



## **10. Виды научных изданий, их типологические и жанровые признаки**

Понятие научного издания, его предмет, целевое назначение, читательский адрес, функциональные свойства. Жанры научных произведений и формирование содержательной основы научного издания. Виды научных изданий.

## **11. Особенности редакторской подготовки научно-популярного издания**

Понятие научно-популярного издания, его типологические характеристики. Жанры литературных произведений, составляющих основу издания, и их влияние на формирование основной части издания. Справочный аппарат научно-популярного издания, его состав, назначение и содержание отдельных элементов. Специфика редакторской работы над подготовкой научно-популярной монографии, сборника, научной биографии ученого, описания путешествия.

## **12. Виды учебных изданий, их типологическая характеристика**

Определение понятия. Учебные издания как целостный комплекс. Их дифференциация по целевому назначению и читательскому адресу. Программно-методические, обучающие, вспомогательные, учебно-методические издания.

## **13. Работа редактора над справочным изданием**

Виды справочных изданий. Работа редактора над изданиями различных видов. Особенности работы редактора над статьями различных жанров. Методика работы над словником, схемой типовой статьи, типовой статьей энциклопедического издания. Работа над аппаратом. Требования к оформлению справочных изданий.

## **14. Работа редактора над информационными изданиями**

Виды информационных изданий и жанры произведений информационной литературы. Работа редактора над основной частью и аппаратом информационных изданий.

## **15. Редакторская подготовка литературно-художественного издания**

Понятие «литературно-издательский процесс», его этапы и стадии. Соотношение понятий «литературно-художественное произведение» и «литературно-художественное издание». Типология литературно-художественных изданий. Редакторская подготовка литературно-художественных изданий разных типов и видов. Оформление издания художественной литературы, виды иллюстраций.

## **16. Редакторская подготовка изданий для детей**

Литературоведческие, педагогические, психофизические основания, определяющие подготовку изданий для детей. Предмет, читательский адрес, целевое назначение изданий для детей и юношества. Проблемно-тематическая и типологическая структуры массива изданий для детей. Редакторская подготовка изданий с учетом возрастных особенностей детей (специфика интереса и восприятия литературы). Подготовка издания одного

произведения, сборника, собрания сочинений, серийного издания. Работа над иллюстрациями. Подготовка книжки-картинки, книжки-игрушки. Требования к языку, работа над аппаратом изданий для детей и юношества. Редактор как организатор массива изданий для детей и юношества.

### **17. Редакторская подготовка рекламного издания в современных условиях.**

Общая характеристика потока рекламных изданий и роль редактора в его формировании. Целевое назначение рекламных изданий, их многофункциональность. Особенности читательского адреса рекламных изданий. Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания.

### **18. Сетевое издание (интернет-издание): понятие, специфика, редакторская подготовка.**

Интернет: понятие, инфраструктура, сервисы и основные службы. Типы сайтов. Проблема статуса интернет-изданий. Технический, эстетический и информационный аспект веб-издания. Требования к «тексту для просмотра».

## **3. Экономика и управление в книгоиздательском деле**

### **1. Планирование деятельности предприятий в книжном деле**

Планирование и стратегия. Сущность, функции и выгоды планирования. Виды планирования. Бизнес-план в системе планирования. Цели, предмет, содержание и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Маркетинговая программа.

### **2. Понятие и сущность менеджмента в книжном деле**

Понятие «управление» и «менеджмент». Понятие «менеджмент в книжном деле». Цели и задачи менеджмента в книжном деле.

### **3. Реклама и рекламная деятельность в книжном деле как важнейший фактор существования издания в современных условиях**

Реклама в книжном деле: характеристика и классификация. Функции рекламы в обществе. Реклама, ее назначение, задачи и цели. Характеристика рекламы. Виды рекламы. Средства рекламы. Задачи рекламодателя.

### **4. Товарный знак в книжном деле**

Товарный знак и его применение. Предпосылки для использования товарных знаков. Функции товарного знака. Фирменный стиль. Бренд - имидж. Бренддинг. Принятие решений в области торговых марок. Преимущества марочных товаров. Торговая марка.

### **5. Способы стимулирования сбыта книжной продукции**

Прямой маркетинг (директ – маркетинг, ДМ). Преимущество прямого маркетинга. Виды прямого маркетинга. Характеристики прямого маркетинга. Паблик рилейшнз (PR). Практическая реализация PR. Стимулирование сбыта книжной продукции (сейлз промоушн).



#### **4. Правовые основы книжного дела**

##### **1. Авторское право и авторское законодательство. Субъекты авторских правоотношений**

Понятие авторского права. Понятие авторских правоотношений. Объекты авторского права — произведения науки, литературы и искусства. Произведение как результат творчества. Наиболее типичные формы выражения произведения. Субъекты авторского права — первоначальные и производные. Презумпция авторства. Творчество как единственное основание возникновения авторства. Авторское право и право интеллектуальной собственности. Отличие объектов авторского права от других объектов интеллектуальной собственности. Источники авторского права.

##### **2. Виды авторских прав**

Понятие авторских прав. Личные неимущественные права. Исключительное право на произведение (имущественное право). Другие права автора (право на вознаграждение; право на дополнительное вознаграждение; права авторов в отношении произведений изобразительного искусства). Принцип исчерпывания прав. Особые права отдельных издателей, работодателей и киностудий. Авторское право и право собственности.

##### **3. Авторское право и его лингвистические аспекты**

Язык как объект конституционно-правового регулирования в Российской Федерации. Законы, регулирующие деятельность СМИ, и их лингвистические аспекты.

##### **4. Авторские договоры**

Стороны авторского договора. Условия, необходимые для заключения авторского договора. Содержание авторских договоров. Виды авторских договоров: договоры о передаче исключительных прав и договоры о передаче неисключительных прав. Авторские договоры заказа. Способы обеспечения договорных обязательств, ответственность по авторскому договору.